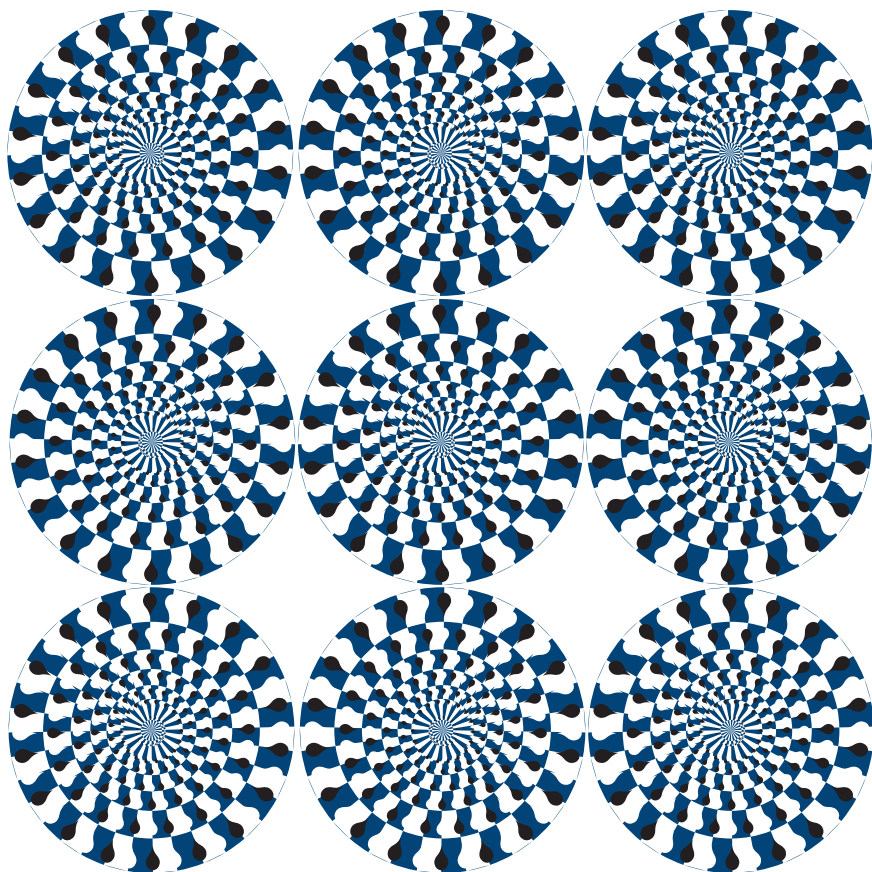


Psicología social

Tercera edición



COORDINADORES



J. Francisco Morales
Miguel Moya

Elena Gaviria
Isabel Cuadrado

PSICOLOGÍA SOCIAL

TERCERA EDICIÓN

COORDINADORES:

J. Francisco Morales Domínguez

UNED

Miguel C. Moya Morales

Universidad de Granada

Elena Gaviria Stewart

UNED

Isabel Cuadrado Guirado

UNED

PSICOLOGÍA SOCIAL

TERCERA EDICIÓN

COAUTORES:

Ana Victoria Arias Orduña
UNED

Nekane Basabe Baraňano
Universidad del País Vasco

Alberto Becerra Grande
Universidad Autónoma de Madrid

Verónica Betancor Rodríguez
Universidad de La Laguna

Pablo Briňol Turnes
Universidad Autónoma de Madrid

Pilar Carrera Levilláin
Universidad Autónoma de Madrid

Orlando D'Adamo
Universidad de Buenos Aires
Universidad de Belgrano
(Argentina)

Esteve Espelt Granés
Universidad de Barcelona

Francisca Expósito Jiménez
Universidad de Granada

Carlos Falces Delgado
Universidad Miguel Hernández
de Elche

Itziar Fernández Sedano
UNED

Virginia García Beaudoux
Universidad de Buenos Aires
Universidad de Belgrano
(Argentina)

Ángel Gómez Jiménez
UNED

Marina Herrera Torres
Universidad de Valencia

Javier Horcajo Rosado
Universidad Autónoma de Madrid

Federico Javaloy Mazón
Universidad de Barcelona

James Liu
Universidad de Wellington
(Nueva Zelanda)

Esther López Zafra
Universidad de Jaén

Mercedes López Sáez
UNED

José Marques
Universidad de Oporto

Carlos Martín Beristain
Universidad del País Vasco

Jesús M. De Miguel Calvo
Universidad Autónoma de Madrid

Fernando Molero Alonso
UNED

Encarnación Nouvilas Pallejá
UNED

Darío Páez Rovira
Universidad del País Vasco

Steve Reicher
Universidad de Saint Andrews
(Escocia)

Álvaro Rodríguez Carballeira
Universidad de Barcelona

Armando Rodríguez Pérez
Universidad de La Laguna

Elza Techio
Universidad del País Vasco

Carmen Valle López
Universidad Autónoma de Madrid

Tomeu Vidal Moranta
Universidad de Barcelona



MADRID • BOGOTÁ • BUENOS AIRES • CARACAS • GUATEMALA • LISBOA • MÉXICO
NUEVA YORK • PANAMÁ • SANTIAGO • SÃO PAULO
AUCKLAND • HAMBURGO • LONDRES • MILÁN • MONTREAL • NUEVA DELHI • PARÍS
SAN FRANCISCO • SIDNEY • SINGAPUR • ST. LOUIS • TOKIO • TORONTO

PSICOLOGÍA SOCIAL. Tercera Edición

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del copyright.

DERECHOS RESERVADOS © 2007, respecto a la tercera edición por MCGRAW-HILL/
INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S. A. U.

Edificio Valrealty, 1ª planta
Basauri, 17
28023 Aravaca (Madrid)

ISBN: 978-84-481-5608-4
Depósito Legal: M.

Editor: José Manuel Cejudo
Técnico editorial: Susana Canedo
Diseño de Cubierta: Gesbiblo, S. L.
Compuesto en: Gesbiblo, S. L.
Impreso en:

IMPRESO EN ESPAÑA – PRINTED IN SPAIN

Contenido

Presentación.....	xxiii
-------------------	-------

Parte I Introducción general

Capítulo 1

Definición de Psicología social

Objetivos.....	3
1.1 Introducción.....	4
1.2 Amplitud de los procesos que estudia la Psicología social.....	4
Resumen de este apartado.....	8
1.3 La complejidad de la Psicología social.....	9
Procesos psicosociales en la Teoría de la identidad social.....	9
Procesos psicosociales en la Teoría de la justificación del sistema.....	12
Primera fase.....	13
Segunda fase.....	13
Tercera fase.....	14
Resumen de este apartado.....	16
1.4 La naturaleza de los procesos estudiados por la Psicología social.....	22
Visión tradicional de la naturaleza de los procesos psicosociales.....	22
Procesos de naturaleza individual.....	22
Procesos de naturaleza grupal.....	22
Procesos de naturaleza macrosocial.....	23
Explicaciones centradas en las personas individuales.....	23
Explicaciones centradas en los grupos.....	23
Explicaciones centradas en los procesos macrosociales.....	23
Las interconexiones entre procesos.....	23
Resumen de este apartado.....	27
1.5 Dos recuadros finales.....	28
1.6 Resumen.....	30
Términos del glosario.....	31
Lecturas y otros recursos recomendados.....	31

Capítulo 2

Los procesos psicosociales desde la perspectiva evolucionista

Objetivos.....	33
2.1 Introducción.....	34
2.2 El origen. Lo que Darwin dijo y lo que no supo decir.....	34
2.3 Lagunas que se han rellenado: desarrollos posteriores de la Teoría Darwinista.....	36
La eficacia biológica inclusiva.....	36
La selección por parentesco.....	37
El altruismo recíproco.....	39
La inversión parental.....	40
2.4 Cómo se estudian los procesos psicosociales desde la perspectiva evolucionista.	
Algunos ejemplos.....	42
Estudios etológicos sobre la conducta social humana.....	43
Mecanismos psicológicos adaptados para la detección de tramposos.....	46
Una visión evolucionista del prejuicio.....	49
2.5 Dos formas de entender la naturaleza humana: competición vs. cooperación.....	52
2.6 La peligrosa idea de Darwin: el problema de la continuidad evolutiva.....	55
2.7 Conclusiones.....	60
2.8 Resumen.....	61
Términos de glosario.....	62
Lecturas y otros recursos recomendados.....	62

Capítulo 3**Psicología social y cultura**

Objetivos	63
3.1 Introducción	63
3.2 ¿Qué es la cultura?	64
Definición de Kroeber y Kluckhohn (1952)	64
Definición de Segall (1984)	65
Definición de Geertz (1995)	65
La cultura <i>subjetiva</i> y la Psicología social	65
Aspectos objetivos de la cultura y Psicología social	67
3.3 Los componentes de la cultura	68
Los símbolos	68
Las normas	69
Los valores y las creencias	70
3.4 Dimensiones de valores que definen las culturas	71
Modelo de Hofstede	71
Modelo de Triandis: individualismo y colectivismo (vertical y horizontal)	74
Modelo de Schwartz	74
Valores colectivos de Schwartz	74
Valores individuales de Schwartz	76
Modelo de A. P. Fiske	76
Modelo de Trompenaars	77
Modelo de Inglehart	79
Convergencia de los valores de Hofstede, Schwartz, Fiske y Trompenaars	80
Convergencia entre Hofstede y Schwartz	80
Convergencia entre Hofstede y Trompenaars	81
Otras dimensiones culturales relevantes	81
Contexto alto <i>versus</i> bajo y estilo de comunicación directo e indirecto	81
Noción del tiempo	82
Alto <i>versus</i> bajo contacto	82
3.5 Factores predictores de variabilidad cultural	83
Variables ecológicas: clima y latitud	83
Variables socioeconómicas	84
Indicador macrosocial: la religión	85
3.6 Matizaciones sobre el análisis de la cultura	86
3.7 Una visión alternativa sobre el individualismo-colectivismo	89
Individualismo-colectivismo, actitudes y autoconceptos	90
Un ejemplo de estudio transcultural sobre autoconceptos y actitudes	91
3.8 Conclusiones	94
3.9 Resumen	94
Términos de glosario	95
Lecturas y otros recursos recomendados	95

Capítulo 4**Bases ambientales del comportamiento social**

Objetivos	97
4.1 La relevancia del ambiente físico	97
Ambiente físico y otros factores básicos de la conducta social	97
Factor ambiental y sociedad contemporánea	99
El espacio vital y la Teoría del campo	100
Los escenarios de conducta y la Psicología ecológica	101
La estimulación ambiental	102
El estrés ambiental	102
La relación entre el entorno físico y el comportamiento	103

4.2	Territorialidad	104
	Privacidad	104
	Hacinamiento y/o aislamiento social.....	105
	Territorialidad animal y humana	106
	Tipos de territorios.....	107
	Territorios primarios.....	107
	Territorios secundarios.....	108
	Territorios públicos.....	108
	La invasión del territorio	108
	Funciones de la territorialidad	109
4.3	Espacio personal y conducta social.....	110
	Variaciones del espacio personal	111
	Características personales	111
	Tipo de relación social y de situación	112
	La cultura crea distancias.....	112
	Distancia interpersonal: ¿a cuántos centímetros está usted?	113
	Funciones del espacio personal	114
4.4	La proximidad genera atracción... o repulsión	114
	La proximidad permite el contacto y el inicio de la relación	114
	Procesos psicosociales implicados en la proximidad. Un análisis a partir del experimento de Milgram	115
	Proximidad y atracción	116
	Proximidad y repulsión: algunos factores que propician el rechazo.....	117
4.5	Factores ambientales estresantes y conducta social.....	118
	Influencia de la electricidad atmosférica.....	119
	Efectos del ruido ambiental.....	119
4.6	Entornos positivos y negativos	121
4.7	Resumen	122
	Términos de glosario	122
	Lecturas y otros recursos recomendados.....	122

Parte II Procesos básicos cognitivos y emocionales

Capítulo 5

La Cognición social

	Objetivos.....	125
5.1	Introducción.....	125
5.2	El objeto de la Psicología de la Cognición social.....	126
5.3	El papel del conocimiento previo en el procesamiento de la información	127
	Estrategias de procesamiento abajo-arriba y arriba-abajo	128
	El Modelo secuencial sobre percepción social de Fiske y Neuberg.....	131
	El Modelo de procesamiento en paralelo sobre percepción social de Kunda y Thagard.....	132
5.4	El papel del procesamiento elaborado y el pensamiento lógico en la racionalidad humana.....	135
	La reducción de la información procesada.....	135
	El empleo de heurísticos	136
	El heurístico de disponibilidad.....	137
	El heurístico de representatividad	138
	El heurístico de ajuste y anclaje	140
	El uso de estructuras de conocimiento ya almacenadas.....	142
	Los modelos asociativos.....	143
	Los esquemas	143
	Los ejemplares.....	144
	Modelos de memoria distribuidos en paralelo.....	145
5.5	El papel de la motivación, el afecto y las emociones en la racionalidad humana.....	146
	El papel de la motivación.....	147
	El papel del afecto y de las emociones.....	148

	Efecto de las emociones en el tipo de información que se procesa.....	149
	Efecto de las emociones en la forma en que procesamos la información	152
5.6	El papel del pensamiento automático en la racionalidad humana.....	154
	Procesos preconscientes.....	155
	Procesos postconscientes	157
	Procesamiento dependiente de metas e inferencias espontáneas.....	160
	Procesos controlados y conscientes	162
5.7	Conclusiones.....	163
5.8	Resumen	164
	Términos de glosario	165
	Lecturas y otros recursos recomendados.....	166

Capítulo 6

Categorización social y construcción de las categorías sociales

	Objetivos.....	169
6.1	Psicología social y categorización social: de la categorización como simplificación cognitiva a la categorización del yo.....	170
6.2	La saliencia de las categorías sociales	173
6.3	Categorización y contexto: las categorías sociales como representaciones variables de la realidad.....	174
	Categorización y contexto comparativo	174
	Categorización y proceso de “consensualización”	175
6.4	La construcción de las categorías sociales	176
	La construcción de las categorías sociales en la conducta colectiva.....	178
	Los disturbios de St. Pauls	179
	La Batalla de Westminster.....	180
	Modelo elaborado de identidad social de las multitudes.....	182
6.5	Categorización y movilización: la construcción de las categorías sociales como estrategias de influencia.....	183
	Categorías sociales y liderazgo	183
	Modelo de movilización de las masas	184
	Categorización, liderazgo y poder en la transformación de la realidad social	187
6.6	El estudio de la prisión de la BBC.....	188
	Muestra e hipótesis.....	188
	Procedimiento	190
	Resultados.....	190
6.7	Resumen	193
	Términos de glosario	194
	Lecturas y otros recursos recomendados.....	194

Capítulo 7

Las creencias básicas sobre el mundo social y el yo

	Objetivos.....	195
7.1	Introducción.....	195
	La máquina de creencias	195
	El mundo de los supuestos de Parkes	196
7.2	Los supuestos básicos de Janoff-Bulman.....	197
	Creencias sobre la benevolencia	197
	Creencias sobre el carácter benevolente del mundo en general	197
	Creencias sobre el mundo social benevolente y los otros en quien confiar	198
	Creencias acerca de la integración social	199
	Creencias sobre el sentido del mundo, el control, el azar y la justicia.....	200
	Estudios sobre las creencias en el mundo justo	200
	Creencias sobre la dignidad de uno mismo	201

7.3	Sistemas de creencias implícito/experiencial y explícito/racional (CEST)	202
	Evidencia experimental de los sistemas de creencias experiencial y racional	203
	El uso de heurísticos o atajos cognitivos	204
	Visiones del yo y del mundo	204
	Reacciones ante la afirmación o la negación de las creencias culturales	204
7.4	El impacto de los hechos traumáticos	204
	Los episodios emocionales cotidianos	207
7.5	La reconstrucción de las creencias básicas y la integración en ellas	207
	de los hechos traumáticos	207
	Formas de reconstrucción y adaptación de las creencias básicas	208
	Condiciones que facilitan el crecimiento postraumático	209
7.6	Resumen	210
	Términos de glosario	211
	Lecturas y otros recursos recomendados	211

Capítulo 8

Estereotipos

	Objetivos	213
8.1	Introducción	214
8.2	¿Qué son los <i>estereotipos</i> ? Definición	214
8.3	Historia del estudio de los estereotipos en Psicología social	217
8.4	Estereotipos, prejuicio y discriminación	218
8.5	Orientaciones teóricas en el estudio de los estereotipos	219
	Orientación sociocultural	219
	Teorías de la personalidad	222
	Orientación sociocognitiva	222
8.6	La naturaleza de los estereotipos	223
	¿Cómo y por qué se forman?	223
	La profecía autocumplida o efecto Pygmalión	224
	La detección no consciente de la covariación	225
	Las correlaciones ilusorias	226
	Homogeneidad exogrupal	226
	La formación de los estereotipos como formación de categorías	227
	¿Cómo se representan?	230
	¿Cómo se mantienen?	231
	¿Cómo se aplican?	233
	¿Cómo se miden?	234
8.7	Características de los estereotipos	235
	El contenido de los estereotipos	235
	Las funciones de los estereotipos	236
	Estabilidad <i>versus</i> inestabilidad de los estereotipos	237
	Estereotipos individuales <i>versus</i> estereotipos culturales	238
	La precisión de los estereotipos	239
8.8	Resumen	239
	Términos de glosario	240
	Lecturas y otros recursos recomendados	241

Capítulo 9

Estereotipos de género

	Objetivos	243
9.1	Introducción	244
9.2	Algunas cuestiones básicas sobre los estereotipos de género	244
9.3	Las dimensiones descriptiva y prescriptiva de los estereotipos de género	247
9.4	Componentes de los estereotipos de género	248
9.5	Sobre el origen, naturaleza y funciones de los estereotipos de género	250

9.6	Variaciones en el contenido de los estereotipos de género: diferencias transculturales, influencia del contexto, subtipos, evolución temporal.....	255
9.7	Efectos de los estereotipos de género.....	257
	El acceso diferencial de las mujeres a puestos directivos	257
	El sexismo hacia las mujeres.....	260
	Estrategias para afrontar la ambivalencia	262
	Discriminación contra los hombres.....	263
9.8	Conclusiones.....	264
9.9	Resumen	265
	Términos de glosario	265
	Lecturas y otros recursos recomendados.....	266

Capítulo 10

Percepción de personas y de sus acciones

	Objetivos	267
10.1	Introducción.....	268
10.2	Comunicación no verbal.....	268
	Formas básicas de comunicación no verbal.....	269
	La expresión (facial) de emociones	269
	Movimientos corporales.....	270
	El engaño	271
10.3	Formación de impresiones.....	274
	La investigación de S. Asch.....	274
	Modelos de combinación lineal.....	276
	Factores que influyen en la formación de impresiones.....	277
	Factores asociados al perceptor	277
	Factores relativos al contenido de la percepción.....	279
10.4	Atribución de causalidad.....	280
	La aportación de Heider	280
	Jones y Davis: la Teoría de la inferencia correspondiente	281
	Kelley: covariación y configuración	282
	Los sesgos atributivos.....	284
	El sesgo de correspondencia y el error fundamental de la atribución	284
	Las diferencias actor-observador.....	284
	Sesgos auto-ensalzadores	285
10.5	Aplicaciones	285
	Influencia del aspecto físico en las atribuciones de culpabilidad y en el castigo.....	286
	Percepción de emociones y su impacto en la sala de justicia	287
	Sexo y género.....	288
	El caso de mujeres maltratadas que asesinan a sus agresores: el papel de la prototipicidad en las atribuciones de culpabilidad	289
10.6	Resumen	293
	Términos de glosario	294
	Lecturas y otros recursos recomendados.....	294

Capítulo 11

Las emociones en Psicología social

	Objetivos	295
11.1	¿Por qué este tema en un manual de Psicología social?.....	295
11.2	El concepto <i>emoción</i> y su delimitación respecto a otros términos afectivos.....	296
	Definiciones del concepto <i>emoción</i>	297
	Términos relacionados con el concepto <i>emoción</i>	299
	Estado de ánimo	299
	Afectos.....	299
	Sentimiento	300
	Pasión.....	300

11.3	Tradiciones teóricas en el estudio de la emoción	300
	Orientación biológica	301
	Perspectiva cognitiva	302
	Aportación de Schachter y Singer	303
	Aportación de Lazarus	305
	Aportación de Scherer	307
	Aportación de Frijda	307
	Aportación de Weiner	309
11.4	Taxonomía de las emociones.....	310
	Supuestos que deben cumplir las emociones básicas.....	311
11.5	Estructura jerárquica.....	312
11.6	Modelo circunplejo de los estados afectivos	313
11.7	Influencias sociales sobre los procesos emocionales.....	314
11.8	Contexto social y antecedentes emocionales.....	316
11.9	El papel de los otros y de la cultura sobre la expresión emocional.....	317
	Resultados de un estudio transcultural de la expresión de emociones	319
11.10	La regulación y el autocontrol emocionales.....	322
11.11	Aportaciones del estudio de las emociones al campo de la salud.....	324
	Inhibición emocional y salud	324
	Compartir social	325
	Escritura expresiva y salud	327
11.12	Resumen	329
	Términos de glosario	330
	Lecturas y otros recursos recomendados.....	330

Parte III Relaciones interpersonales

Capítulo 12

Relaciones interpersonales: funciones e inicio

	Objetivos	333
12.1	Introducción	334
12.2	Importancia de las relaciones.....	334
	Funciones de las relaciones	334
	Comparación social	334
	Reducción de la ansiedad	335
	Búsqueda de información.....	336
	Relaciones y bienestar	336
	El caso del <i>apoyo social</i>	337
12.3	El inicio de las relaciones	338
	Importancia del contexto social	339
	La atracción.....	340
	Familiaridad.....	340
	Semejanza.....	341
	Semejanza en personalidad.....	341
	Semejanza en actitudes.....	341
	Semejanza en el <i>yo ideal</i>	342
	Semejanza y atracción: un camino de ida y vuelta.....	342
	Relaciones entre semejanza y atracción: las razones	343
	Reciprocidad	344
	Atractivo físico	345
	Atractivo físico y género.....	346
	En qué reside el atractivo físico.....	346
	Belleza y atracción: las razones	347
	Otras características personales que influyen en la atracción	348
	La elección de pareja	349
	Características deseables en la pareja.....	351

12.4	El amor.....	352
	Tipos de amor	353
	El amor romántico	355
12.5	Resumen	357
	Términos de glosario	358
	Lecturas y otros recursos recomendados.....	358

Capítulo 13

Relaciones interpersonales íntimas

	Objetivos	359
13.1	El desarrollo de las relaciones interpersonales.....	360
	Cogniciones y expectativas concernientes a las relaciones	360
	La Teoría del apego: modelos de funcionamiento interno	363
	Atribuciones en las relaciones	365
	Memoria de las relaciones.....	366
13.2	La naturaleza de las relaciones íntimas o cercanas	367
	Autorrevelación.....	368
	Intimidad.....	369
	Emoción	370
	La inteligencia emocional	371
	Interdependencia.....	372
	Teoría de la equidad	373
13.3	Satisfacción y estabilidad en las relaciones de pareja.....	374
	Enfoques teóricos.....	374
	Modelo de la cohesión de Levinger	375
	Modelo de la inversión de Rusbult	375
	Factores relacionados con la estabilidad de las relaciones	376
	Duración de la relación	377
	Intimidad, implicación y auto-revelación	378
	Dinámica de la interacción	378
13.4	Problemas en las relaciones amorosas	379
	Los celos	379
	Diferencias de celos entre hombres y mujeres.....	380
	Diferencias culturales en la expresión de los celos	380
	La soledad	381
	Soledad y relaciones interpersonales.....	381
	Soledad emocional vs. social	382
	Algunas variables relacionadas con la soledad	383
13.5	Resumen	385
	Términos de glosario	386
	Lecturas y otros recursos recomendados.....	386

Capítulo 14

Conducta de ayuda, conducta prosocial y altruismo

	Objetivos	387
14.1	Introducción	387
14.2	Historia del estudio de la conducta de ayuda desde la Psicología social.....	388
14.3	Conceptos básicos: conducta prosocial, conducta de ayuda, altruismo y cooperación	389
14.4	Tres niveles de análisis en el estudio de la conducta de ayuda, la conducta prosocial y el altruismo.....	390
	Los orígenes de las tendencias prosociales en las personas: el nivel micro.....	390
	Teorías de la evolución.....	390
	Bases biológicas y genéticas de la conducta prosocial	393
	El desarrollo de tendencias prosociales.....	394
	Personalidad y conducta prosocial	396

La conducta interpersonal: el nivel meso.....	398
¿Por qué ayudamos a los demás?.....	398
¿Quién es más probable que ayude a otros?	401
¿A quién es más probable que ayudemos?	403
¿Cuándo ayudamos?	405
¿Todo el mundo quiere que se le ayude?	409
La conducta prosocial grupal: el nivel macro	411
La conducta de ayuda planificada: el voluntariado	411
14.5 Resumen	412
Términos de glosario	412
Lecturas y otros recursos recomendados.....	413

Capítulo 15

Psicología social de la agresión

Objetivos	415
15.1 Introducción	415
15.2 Definición de agresión y sus dimensiones	416
15.3 El origen de la agresión.....	417
15.4 Transmisión social de la violencia. Aprendizaje social y el papel de la cultura	417
Teoría del aprendizaje social	418
La cultura como modulador de la agresión.....	420
15.5 Antecedentes de la agresión y mecanismos implicados	422
La frustración.....	422
Estímulos ambientales como antecedentes de la agresión	423
15.6 La agresión en el contexto interpersonal	426
Ataque interpersonal	426
Ataque interpersonal. Recapitulación	428
Violación de normas.....	428
Violación de normas. Recapitulación.....	429
15.7 La agresión en el contexto social. Antecedentes y bases emocionales	429
Exclusión social.....	429
Exclusión social. Recapitulación	431
Relaciones grupales y agresión.....	431
Conflicto intergrupal vs. agresión intergrupal	431
Conflicto intergrupal vs. agresión intergrupal. Recapitulación	433
La agresión en las relaciones intergrupales	433
La agresión en las relaciones intergrupales. Recapitulación	434
15.8 Factores de riesgo psicosocial	435
Vínculos afectivos básicos: el apego a los padres	435
Patrones de socialización	436
Experiencias de violencia	436
Experiencias de violencia en el contexto familiar	436
Experiencias de violencia asociadas al contexto. Factores de riesgo y vinculación a grupos terroristas	437
Factores de riesgo psicosocial. Recapitulación	438
15.9 Resumen	439
Términos de glosario	439
Lecturas y recursos recomendados	440

Capítulo 16

El componente cultural de la violencia

Objetivos	441
16.1 Introducción	441
16.2 Concepto de agresión y violencia.....	442
16.3 El componente cultural en las teorías sobre agresión	442

16.4	Cultura y agresión: influencia de los factores culturales sobre las variables que intervienen en la violencia.....	443
	Estudios sobre la relación entre temperatura y agresión.....	444
	Estudios sobre la relación entre agresión y la cultura del honor.....	445
	Debate en torno a la cultura del honor.....	446
	<i>Subcultura de la violencia</i> y normas sociales	446
16.5	Violencia, cultura del honor y género	448
	Violencia y diferencias de género	448
	Violencia contra las mujeres.....	450
16.6	Conclusiones.....	452
16.7	Resumen	453
	Términos de glosario	453
	Lecturas y otros recursos recomendados.....	454

Parte IV Actitudes, cambio de actitudes y procesos de influencia

Capítulo 17

Actitudes

	Objetivos	457
17.1	Introducción: ¿por qué son importantes las actitudes?	458
17.2	¿Qué son las actitudes?	458
17.3	¿Para qué sirven las actitudes?: Funciones	460
	Función de organización del conocimiento.....	460
	Función instrumental o utilitaria	461
	Función de identidad y expresión de valores.....	462
17.4	Formación de las actitudes.....	462
	Actitudes basadas en información cognitiva.....	463
	Teoría de la acción razonada	463
	Actitudes basadas en información afectiva	465
	Condicionamiento clásico.....	465
	<i>Priming</i> afectivo	466
	Mera exposición.....	466
	Actitudes basadas en información conductual	468
	Condicionamiento clásico.....	468
	Disonancia cognitiva.....	468
	Autopercepción.....	469
	Sesgo de búsqueda.....	469
	Autovalidación	469
17.5	Fuerza y estructura de las actitudes.....	470
	Indicadores objetivos de la fuerza de las actitudes.....	471
	Extremosidad o polarización	471
	Accesibilidad	471
	Ambivalencia	471
	Estabilidad	473
	Resistencia	473
	Predicción de la conducta.....	473
	Indicadores subjetivos de la fuerza de las actitudes.....	474
	Confianza	474
	Importancia	475
	Conocimiento	476
	Medida de las actitudes	477
	Procedimientos directos para medir actitudes	478
	Diferencial semántico	478
	Escala de Likert.....	478
	Procedimientos indirectos para medir actitudes.....	479

	Pruebas proyectivas	479
	Procedimientos psicofisiológicos	479
	Procedimientos conductuales	479
	Procedimientos de tiempos de reacción	479
	La Tarea de la Evaluación Automática	480
	El Test de Asociación Implícita (IAT)	480
17.6	Controversias actuales sobre el concepto de actitud	482
	Actitudes almacenadas en la memoria vs. construidas en el momento	482
	Actitudes explícitas e implícitas	483
	Primera formulación alternativa de las actitudes implícitas	484
	Segunda formulación alternativa de las actitudes implícitas	484
	Conclusión sobre el concepto de actitud implícita	485
17.7	Modelo metacognitivo de las actitudes	486
17.8	Resumen	489
	Términos de glosario	490
	Lecturas y otros recursos recomendados	490

Capítulo 18

Cambio de actitudes a través de la comunicación

	Objetivos	491
18.1	Introducción: persuasión y conceptos relacionados	492
	Persuasión e influencia	492
	Persuasión y propaganda	492
	Persuasión y ética	493
18.2	Dos modelos teóricos en persuasión	495
18.3	Determinantes de la probabilidad de elaboración: motivación y capacidad	496
18.4	Variables que afectan a la capacidad para procesar el mensaje	497
18.5	Procesos fundamentales en cambio de actitudes	498
18.6	Consecuencias del cambio de actitudes	499
18.7	Variables que afectan a la persuasión	499
18.8	Variables del emisor	501
	Múltiples roles de las variables del emisor de una comunicación	502
18.9	Variables del mensaje	505
	Mensajes racionales vs. emocionales	505
	El contenido de los mensajes	506
	Los aspectos formales del mensaje	507
	Conclusiones explícitas vs. conclusiones implícitas	507
	El uso de preguntas retóricas	508
	Organización del mensaje	508
18.10	Variables del receptor	508
18.11	Variables del canal	512
18.12	Variables del contexto	513
18.13	Resumen	515
	Términos de glosario	516
	Lecturas y otros recursos recomendados	516

Capítulo 19

Fundamentos de la Teoría de la disonancia cognitiva

	Objetivos	517
19.1	Introducción	517
19.2	Postulados básicos de la teoría	519
	Teorías de la congruencia, el equilibrio y la disonancia cognitiva	519
	El concepto de disonancia cognitiva	520
	Elementos consonantes y disonantes	521
	Magnitud de la disonancia	522

19.3	Reducción de la disonancia.....	522
19.4	Modelos de investigación sobre disonancia.....	524
	Disonancia después de una decisión. El paradigma de la libre elección	524
	Experimento de Brehm (1956).....	526
	Experimento de Ehrlich, Guttman, Schönbach y Mills (1957)	526
	Conducta contraactitudinal. El paradigma de la complacencia inducida	527
	Experimento de Festinger y Carlsmith (1959).....	528
	Experimento de Cohen (1962).....	529
	Experimento de Aronson y Carlsmith (1963)	529
	Experimento de Freedman (1965).....	530
	Cuestión de fe. El paradigma de la desconfirmación de creencias	530
	Estudio de Festinger, Riecken y Schachter (1956)	531
	Valoración de lo que es difícil de conseguir. El paradigma de la justificación del esfuerzo	532
	Experimento de Aronson y Mills (1959).....	533
19.5	Resumen	533
	Términos de glosario	534
	Lecturas y otros recursos recomendados.....	534

Capítulo 20

Revisiones y nuevas aportaciones a la Teoría de la disonancia

	Objetivos	535
20.1	Introducción.....	535
20.2	Alternativas a los resultados basados en la Teoría de la disonancia	536
	La Teoría de la autopercepción	536
	Experimento de Zanna y Cooper (1974).....	537
	Teoría del manejo de la impresión	538
20.3	El <i>New Look</i> de la Teoría de la disonancia.....	539
20.4	El papel del yo en la disonancia.....	540
	Teoría de la consistencia del yo	540
	El paradigma de la hipocresía.....	541
	Teoría de la autoafirmación	542
	Modelo del autoestándar	543
	Pautas de activación y reducción de la disonancia en relación con la autoestima	544
	Experimento de Stone y Cooper (2003).....	544
20.5	Teoría radical de la disonancia	545
	El paradigma de la doble complacencia	547
	Primer experimento	547
	Segundo experimento	548
	Mecanismos de racionalización de la conducta	549
20.6	Carácter funcional de la disonancia: el modelo basado en la acción.....	551
	Experimento de Harmon-Jones y Harmon-Jones (2002).....	553
20.7	Disonancia y conducta grupal.....	554
20.8	Naturaleza de los procesos que subyacen a la disonancia.....	556
	Disonancia y ambivalencia.....	556
	Proceso automático <i>versus</i> deliberativo	557
20.9	Resumen	558
	Términos de glosario	559
	Lecturas y otros recursos recomendados.....	559

Capítulo 21

Principios básicos de influencia social

	Objetivos	561
21.1	Introducción	561
21.2	Principios básicos de influencia.....	563
21.3	Reciprocidad	565
	Tácticas de influencia basadas en la reciprocidad	566

21.4	Validación social	567
	Tácticas de influencia basadas en la validación social	568
21.5	Compromiso y coherencia.....	571
	Tácticas de influencia basadas en el compromiso y la coherencia.....	571
	Táctica del "pie en la puerta" (<i>foot-in-the-door technique</i>)	572
	Táctica de la "bola baja" (<i>low ball technique</i>).....	573
	Táctica de "incluso un penique es suficiente" (<i>even-a-penny-helps technique</i>)	574
21.6	Simpatía	575
	Tácticas de influencia basadas en la simpatía	575
21.7	Escasez.....	577
	Tácticas de influencia basadas en la escasez	578
21.8	Autoridad	578
	Tácticas de influencia basadas en la autoridad.....	579
21.9	Variables que afectan a los procesos de influencia interpersonal	581
	Factores individuales que afectan a los procesos de influencia.....	581
	Factores contextuales que afectan a los procesos de influencia	581
	Factores normativos que afectan a los procesos de influencia	582
21.10	Vulnerabilidad y resistencia a la influencia	582
21.11	Resumen	585
	Términos de glosario	587
	Lecturas y otros recursos recomendados.....	587

Parte V Procesos colectivos

Capítulo 22

El estudio del prejuicio en la Psicología social: definición y causas

	Objetivos	591
22.1	Introducción.....	592
22.2	El enfoque psicosocial en el estudio del prejuicio.....	592
22.3	Las nuevas expresiones del prejuicio	594
	El racismo aversivo	596
22.4	Las medidas del prejuicio.....	598
	Las medidas implícitas del prejuicio	599
22.5	Las causas del prejuicio.....	602
	El prejuicio como fenómeno individual: los aspectos cognitivos del prejuicio.....	602
	El prejuicio como fenómeno individual: las diferencias interpersonales en el grado de prejuicio	603
	El autoritarismo de derechas (RWA)	605
	La orientación hacia la dominancia social	605
	El prejuicio como fenómeno interpersonal.....	607
	El prejuicio como fenómeno grupal.....	608
	Teoría del conflicto realista	608
	El prejuicio desde las teorías de la identidad social y de la categorización del yo	610
	El prejuicio como emoción social	611
	El prejuicio como fenómeno societal: los procesos de aculturación.....	614
22.6	Resumen	616
	Términos de glosario	617
	Lecturas y otros recursos recomendados.....	617

Capítulo 23

Prejuicio y estigma: efectos y posibles soluciones

	Objetivos	619
23.1	El estigma social.....	620
	Tipos de estigma.....	620
	La visibilidad.....	620
	La controlabilidad	621

	Explicaciones del proceso de estigmatización.....	622
	El estigma como proceso situacional específico.....	623
	Perspectiva evolucionista del estigma.....	623
23.2	La perspectiva de las personas que sufren el prejuicio.....	623
23.3	Los efectos del prejuicio.....	624
	Efectos del prejuicio en el plano individual.....	625
	Consecuencias del prejuicio y el estigma sobre la autoestima	625
	Consecuencias del prejuicio sobre el rendimiento: la amenaza del estereotipo	627
	Efectos del prejuicio en el plano grupal	628
	Efectos del prejuicio en el plano societal: la exclusión social	631
23.4	La reducción del prejuicio.....	632
	La hipótesis del contacto.....	633
	Estrategias de reducción del prejuicio basadas en procesos cognitivos:	
	la modificación de las categorías	636
	El Modelo de la identidad endogrupal común	636
	Estrategias de reducción del prejuicio basadas en procesos afectivos: la toma	
	de perspectiva y la empatía hacia los miembros de los grupos estigmatizados	638
23.5	Resumen	639
	Términos de glosario	640
	Lecturas y otros recursos recomendados.....	640

Capítulo 24

Comportamiento colectivo y movimientos sociales en la era global

	Objetivos	641
24.1	Una mirada psicosocial al comportamiento colectivo.....	642
24.2	Psicología social y comportamiento colectivo: una necesidad mutua.....	643
	¿Por qué la Psicología social necesita al comportamiento colectivo?.....	643
	¿Por qué el comportamiento colectivo necesita a la Psicología social?	645
24.3	Concepto de comportamiento colectivo.....	645
	Concepto y tipos de comportamiento colectivo.....	645
	Tipos de comportamiento colectivo	646
	Tipos de comportamiento colectivo según su emoción predominante	646
	Concepto y tipos de movimiento social.....	648
	Una definición de movimiento social.....	648
	El movimiento social: resultado de un conflicto	649
	Tipos de movimientos sociales	649
24.4	Teorías psicosociales del comportamiento colectivo y de los movimientos sociales.....	649
	Teorías cognitivas	650
	Teoría de la privación relativa.....	650
	Teoría de la identidad social.....	650
	Teoría de la norma emergente (Turner y Killian)	651
	Teoría de la motivación a participar.....	652
	Perspectiva del conflicto y contexto político	653
	Teoría de la acción colectiva	653
	Teoría del proceso político	654
	El enfoque de los nuevos movimientos sociales	654
24.5	Influencia de la multitud sobre el individuo	655
	Procesos psicosociales en la multitud	655
	Sentido de legitimidad.....	655
	Ilusión de unanimidad.....	655
	Solidaridad y poder	656
	Anonimato	656
	Difusión de responsabilidad.....	656
	Facilitación social.....	656
	Normalización	657
	Inmediatez.....	657

	De Le Bon y la desindividuación a la identidad social	657
	Le Bon y la desindividuación	657
	La <i>salience</i> de la identidad social	657
24.6	Conducta de masas	658
	Comportamiento de las masas en función de la emoción dominante	658
	Rumor y cotilleo	660
	Leyendas urbanas e ilusiones colectivas	660
24.7	Movimientos sociales: emergencia y madurez del comportamiento colectivo a los movimientos sociales	661
24.8	Fase de emergencia del movimiento: movilización de participantes	662
	Características psicológicas de los individuos	662
	Actitudes afines al movimiento	663
	Accesibilidad a la participación	663
	Marcos de acción colectiva: injusticia, identidad y eficacia	664
	El paso a la acción: la movilización	666
	Formación del potencial de movilización	666
	Formación y activación de redes	666
	Estimulación de la motivación a participar	667
	Eliminación de barreras a la participación	667
24.9	Fase de madurez: organización y relación con el contexto	668
	La interacción del movimiento con el contexto	669
	La relación del movimiento con el Estado	670
	Relación con contramovimientos	670
	Medios de comunicación y movimientos sociales	670
	La construcción social de la protesta	672
	Concienciación durante los episodios de acción colectiva	673
	El impacto del movimiento social	674
24.10	Fase de madurez: organización y relación con el contexto	675
	Factores que influyen en el éxito	675
	Cambios que generan los movimientos	676
24.11	Movimientos sociales: procesos psicosociales; la identidad social, cemento aglutinador del movimiento	676
24.12	La construcción de la identidad colectiva	677
24.13	Identidad, ideología y marcos colectivos	678
	El <i>fin de las ideologías</i> y los nuevos movimientos	680
	Contextos en que se crean los marcos colectivos	681
	El compromiso con el movimiento social	682
	Tipos de compromiso	683
	Identidad y compromiso total	684
24.14	Organizaciones clandestinas o terroristas	685
	Compromiso total y despersonalización	685
	Fuertes lazos de amistad	686
	Grupos ideológicos, comunidades cerradas de "elegidos"	686
	De la despersonalización a la deshumanización: matar y morir	687
24.15	Resumen	690
	Términos de glosario	691
	Lecturas y otros recursos recomendados	691

Capítulo 25

Memoria colectiva y social

	Objetivos	693
25.1	Definición de memoria colectiva	694
25.2	La memoria como proceso colectivo	694
25.3	Procesos sociales de la memoria: actualidad de los postulados de Halbwachs	696
25.4	La comunicación interpersonal y la reevocación por los <i>mass media</i>	697

25.5	Identidad colectiva y funciones sociales de las memorias	699
	La función global	700
	La función grupal.....	700
25.6	Memoria colectiva, cultura e identidad social: la insoportable levedad del pasado o una visión constructivista de la memoria colectiva	701
25.7	Defensa de la identidad social y memoria colectiva en el caso español: un estudio correlacional.....	702
25.8	Generaciones, comunicación y memoria colectiva	704
25.9	Defensa de la identidad social y memoria colectiva: un estudio experimental en España y Portugal	707
	Recuerdo, olvido y asimilación de violencias colectivas	709
	Identificación nacional y étnica asociada a más mecanismos de defensa	711
25.10	Evaluación de la violencia colectiva: hechos frecuentes en la historia.....	712
25.11	Resumen	715
	Términos de glosario	716
	Lecturas y otros recursos recomendados.....	716

Capítulo 26

Representaciones sociales de la historia: estudios y aplicación a sociedades con un pasado traumático

	Objetivos	717
26.1	Factores vinculados a la retención de hechos colectivos en la memoria: relevancia, comunicación e inhibición	717
26.2	Factores vinculados a la retención de hechos colectivos en la memoria: relevancia de los hechos que afectan a una cohorte en la etapa de la adolescencia y juventud y recuerdo a los 25 años de ocurridos los hechos.....	718
26.3	Representaciones colectivas sobre el pasado.....	719
26.4	Un sesgo eurocéntrico consensual y dominante mundialmente.....	720
	El dominio del patrón narrativo de la violencia como partera de la historia.....	722
	El sesgo hacia la mención de hechos ocurridos en los años y siglos recientes.....	723
	El sesgo sociocéntrico: los eventos de la historia mundial son los de nuestra nación.....	724
	El sesgo hacia el recuerdo de hechos progresivos y la evaluación positiva del pasado lejano.....	726
	La importancia del significado para la evaluación de los hechos históricos	728
26.5	Consecuencias de las representaciones sociales del pasado.....	729
26.6	Valores culturales materialistas, jerárquicos, actitudes de dominación social y memoria colectiva de la guerra.....	730
26.7	Aplicación de los estudios sobre memoria colectiva y representaciones sociales de la historia a los procesos de verdad, justicia y reconciliación en sociedades con un pasado traumático	733
	Procesos de transmisión de hechos históricos a nivel horizontal: conclusiones, estudio experimental e historia.....	733
	El papel preventivo de la memoria	734
	Memoria colectiva y comisiones de verdad	735
26.8	Resumen	737
	Términos de glosario	738
	Lecturas y otros recursos recomendados.....	739

Capítulo 27

Psicología social y medios de comunicación de masas

	Objetivos	741
27.1	El Modelo hipodérmico de la comunicación o las teorías del impacto directo	742
27.2	Las teorías de la influencia selectiva o los efectos limitados de la comunicación	744
	Comunicación política y comportamiento electoral.....	745
	La comunicación persuasiva.....	746
	La perspectiva funcionalista	749

27.3	Perspectivas actuales o las teorías de los efectos a largo plazo	751
	Los enfoques críticos	752
	Teoría crítica y Teoría culturalógica	752
	El CCCS y los <i>Cultural Studies</i>	752
	Teorías de los efectos ideológicos	752
	Teoría de los indicadores culturales o las consecuencias de vivir con la televisión.....	753
	Teoría de la espiral del silencio o cómo se generan los climas de opinión	756
	Los <i>mass media</i> y la construcción de la realidad social	757
	Establecimiento de la agenda (<i>Agenda-Setting</i>)	757
	<i>Priming</i> —efecto de saliencia— o cómo las noticias adquieren saliencia	
	a la hora de tomar decisiones.....	758
	<i>Framing</i> —efecto de encuadre— o cómo se construyen las explicaciones	
	de los acontecimientos	760
27.4	Resumen	761
	Términos de glosario	762
	Lecturas y otros recursos recomendados.....	762

Capítulo 28

Psicología social aplicada

	Objetivos	763
28.1	Introducción	763
28.2	La relación entre lo básico y lo aplicado en Psicología social	764
	Una breve historia	764
	La dicotomía básico-aplicado	766
	La investigación-acción.....	768
	Teoría, investigación y práctica	770
28.3	Aproximaciones teóricas.....	771
	Tecnología social.....	772
	El Ciclo completo	773
	Teoría-praxis	773
	La Psicología social aplicable.....	774
28.4	La Psicología social como una ciencia aplicada.....	775
	Definición y características de la Psicología social aplicada	776
28.5	La intervención psicosocial	777
	Problema social, necesidad, bienestar social y calidad de vida.....	777
	Intervención psicosocial	779
	Identificación de problemas (primer paso).....	779
	Búsqueda de una solución (segundo paso)	780
	Planteamiento de los objetivos y diseño de la intervención (tercer paso).....	780
	Ejecución de la intervención (cuarto paso)	780
28.6	Campos de aplicación de la Psicología social.....	781
	Psicología social de la salud	781
	Psicología de las organizaciones.....	782
	Psicología jurídica	782
	Psicología política	783
	Psicología social de la educación.....	783
28.7	Resumen	784
	Términos de glosario	785
	Lecturas y otros recursos recomendados.....	785

Capítulo 29

Identidad social y personal

	Objetivos	787
29.1	Introducción	787
29.2	Una breve síntesis de los contenidos identitarios en los capítulos del manual	788

	Identidad social como identidad colectiva.....	788
	Necesidad de una identidad social	788
	Necesidad de una identidad social positiva.....	788
	Flexibilidad de la identidad social.....	789
	Regulación de la autoimagen de la persona.....	789
	Regulación de la conducta dentro del propio grupo	789
	Regulación de la conducta hacia los otros grupos	789
	Regulación de las relaciones con el ambiente físico	790
29.3	Tres aportaciones innovadoras de la Teoría de la categorización del yo.....	790
	El proceso de despersonalización	790
	Los tres niveles de categorización	791
	El concepto de prototipo	791
29.4	El Modelo SIDE	792
	La autodefinición individual.....	792
	Variables personales, contextuales y el efecto de la audiencia	793
	Un ejemplo de efecto cognitivo: el estudio de autoestima privada vs. colectiva	793
	Estudio sobre anonimato y grupos de identidad común y de vínculo común	794
	Estudios sobre alta y baja identificación y afirmación del yo colectivo.....	794
	Efecto estratégico del contexto: la influencia de la audiencia.....	795
29.5	El Modelo SAMI	795
	Los aspectos del yo	796
	Identidad individual e identidad colectiva	797
	Variables de la persona.....	799
	Importancia personal y valencia de los aspectos del yo	799
	Complejidad del yo	800
	Variables del contexto social.....	801
	Valencia dependiente del contexto de los aspectos del yo	801
	Frecuencia y significado de los aspectos del yo.....	802
	Funciones de la identidad	802
	Evolución histórica de la identidad individual y colectiva.....	803
	Identidad y construcción de la nación.....	804
29.6	Resumen.....	804
	Términos de glosario	805
	Lecturas y otros recursos recomendados.....	805
	Glosario.....	807
	Bibliografía.....	825

Presentación

Este libro es una nueva edición, la tercera, del manual de Psicología social publicado por McGraw Hill. Pero es también algo más. Aparte de la necesaria actualización del contenido de la edición anterior, se ha intentado reflejar el estado actual de la disciplina, recogiendo cuestiones que están generando gran cantidad de investigación por parte de los psicólogos sociales. De este modo, junto a las clásicas e ineludibles en un manual de estas características (cognición social, altruismo, agresión, relaciones interpersonales, o actitudes, por citar algunas), aparecen otras nuevas, como las dedicadas a las creencias sobre el mundo social y el yo, los estereotipos de género, el estigma, el efecto de los medios de comunicación de masas, las representaciones sociales de la historia o la memoria colectiva. También se ha querido subrayar la importancia que la evolución, el ambiente y la cultura tienen en nuestra forma de pensar, sentir y comportarnos socialmente, dedicando un capítulo específico a cada uno de estos aspectos.

Una ausencia notable la constituyen las cuestiones referentes a procesos grupales e intergrupales. Ello es debido a que serán objeto de estudio monográfico en otras dos asignaturas del segundo ciclo de la titulación.

Se ha puesto un especial empeño en subrayar las interconexiones entre los distintos capítulos del manual. Ha resultado muy útil en este sentido el proceso de identidad social que, por estar presente y ser operativo en muchos de los procesos psicosociales analizados, se ha elegido para abrir y cerrar el manual. Una importancia similar reviste la cognición social, que el lector encontrará también en muchos capítulos y que es la base y fundamento de procesos psicosociales muy diversos, desde la atribución, los estereotipos y las actitudes al prejuicio, los movimientos colectivos y la memoria colectiva y social.

Las redundancias en el texto son, por tanto, intencionadas. Su objetivo es llamar la atención sobre un hecho al que cada vez se concede más importancia dentro de la disciplina, en concreto, la estrecha relación e interconexión entre todos los procesos psicosociales, por muy diferentes que sean su naturaleza y contenido.

Un tercer interconector de los procesos psicosociales que se ha tenido en cuenta, junto a la identidad y la cognición social, es la dimensión evolucionista, que se expone con detalle en el Capítulo 2 pero que, lejos de quedar confinada a ese capítulo, se extiende a otros muchos por medio de recuadros en los que se sintetiza la visión evolucionista del proceso concreto estudiado.

Y las redundancias no acaban ahí. Hay semejanzas importantes entre el Capítulo 18, sobre cambio de actitudes, y el 21, en el que se estudia la influencia social. Reflejan interconexiones reales entre esos procesos así como formas relativamente coincidentes de abordarlos dentro de la disciplina. Y como una muestra de la existencia de un esquema común de análisis, que surge históricamente del mismo tronco (los estudios pioneros de Hovland y colaboradores), el citado Capítulo 18 comparte algunos análisis con el 27, en el que se analiza el efecto de los medios de comunicación de masas.

La técnica del IAT se expone en dos capítulos: el 17, dedicado a las actitudes, y el 22, el primero de los dos que se centran en el prejuicio. Como es natural, la técnica es la misma en los dos casos, pero puede resultar de interés para el lector comparar cómo se aplica en el caso general de las actitudes y en el más concreto del prejuicio.

En resumen, se ha considerado que las redundancias son necesarias para subrayar el carácter interconectado de todos los procesos psicosociales, algo en lo que se pone un énfasis especial en el primer capítulo. Son recordatorios dirigidos al lector que, estratégicamente situados en los distintos capítulos, tratan de poner de relieve el carácter psicosocial de todos los procesos que se describen y analizan.

Marina Herrera, primera autora del Capítulo 6 (Categorización Social y construcción de las categorías sociales) disfrutó, para su redacción, de una beca concedida por la Universidad de Valencia (Ref. UV-ESTPDI-05-51) que posibilitó su estancia en la Universidad de St. Andrews, Escocia. Por su parte, el Capítulo 14 (Altruismo) es una versión modificada de Gómez (2006), Conducta de ayuda, conducta prosocial y altruismo en A. Gómez, E. Gaviria e I. Fernández (Coords.), *Psicología Social* (pp. 331-391), de la Editorial Sanz y Torres, Madrid, a la que agradecemos su permiso por escrito para su publicación en este manual.

Sólo resta agradecer a todos los autores su colaboración y la generosa aceptación de las sugerencias de los editores. José Manuel Cejudo fue una fuente constante de ánimo y apoyo y es responsable en gran medida de que esta obra llegue a las manos de los lectores. Para él, nuestro agradecimiento más sincero.

Los editores

PARTE I

Introducción general

Definición de Psicología social

J. Francisco Morales y Miguel Moya

Objetivos

El objetivo general es ofrecer una definición de la Psicología social capaz de enmarcar y comprender los contenidos de los distintos capítulos del volumen.

Se intenta conseguir este objetivo por medio de varios objetivos más específicos:

- En primer lugar, se listan los contenidos fundamentales de los distintos capítulos del volumen y se indica su inicio en el tiempo.
- A continuación, se propone una definición explícita de Psicología social, en concreto, la de G.W. Allport.
- Para ilustrar el significado e implicaciones de esta definición, se analiza el estudio de Mullen y cols, sobre los etnofaulismos, una línea de investigación actual de la disciplina.
- Se concede importancia especial a la forma en que la Psicología social aborda el estudio de las relaciones entre los diversos procesos psicosociales que constituyen su objeto de estudio. En este sentido, se analizan dos teorías, la de la Identidad Social y la de la Justificación del Sistema, a la luz de la definición de G.W. Allport.
- El estudio de las dos teorías anteriores sirve para introducir un concepto importante: la naturaleza de los procesos estudiados por la Psicología social, de la que surge la complejidad de éstos y la necesidad de interconexión entre ellos. Ya se había hecho una alusión a esta complejidad en el apartado anterior (al analizar las teorías de la Identidad Social y de la Justificación del Sistema), pero se dedica un apartado entero a hacerlo de manera más general.
- Finalmente, se hace una breve alusión al binomio enfoque-contenidos dentro de la Psicología social, para acabar con una consideración, igualmente breve, del papel de las diferencias individuales dentro de la disciplina.

1.1 Introducción

Una enumeración ordenada de las cuestiones y asuntos centrales de la Psicología social que se abordan en este manual parecería, en principio, suficiente para avanzar una definición de la disciplina. Sin embargo, no es así. El elevado número de procesos diferentes que aborda la Psicología social y su creciente amplitud y complejidad tienden a oscurecer lo que tienen en común todos esos procesos para que se los pueda considerar como “psicosociales”. A lo largo de este capítulo se tratará de mostrar que sólo una definición explícita aporta la necesaria clarificación conceptual.

1.2 Amplitud de los procesos que estudia la Psicología social

Varios autores, entre los que destacan G. W. Allport (1968), Jones (1985), Graumann (1995) y Páez, Valencia, Morales y Ursúa (1992), señalan que 1908 marca el punto de partida de la disciplina. En esa fecha aparece por primera vez el título *Psicología social* en una publicación, y lo hace por partida doble, en una obra de McDougall y otra de Ross. No quiere esto decir que la disciplina estuviese ya constituida como tal en ese momento, pero sí que con la publicación de las dos obras mencionadas se creó el contexto para un nuevo conocimiento: el psicosocial.

A lo largo del Siglo XX la Psicología social se consolidó como disciplina hasta adquirir sus límites actuales. El Cuadro 1.1 presenta un listado de los contenidos fundamentales que comprende este manual (columna de la derecha) y la publicación o publicaciones más conocidas en que se trataron por primera vez.

Cuadro 1.1: Algunos de los contenidos fundamentales de la Psicología social y publicaciones pioneras.

Contenidos fundamentales incluidos en este manual	Publicaciones pioneras
Aspectos biológicos de la Psicología social	Darwin (1871; 1872); McDougall (1908)
Psicología social y cultura	Kardiner (1939); Whiting y Child (1953)
Psicología social y medio ambiente	Lewin (1917)
Cognición social	Bartlett (1932)
Categorización	Bruner (1957)
Creencias fundamentales	Lund (1925)
Estereotipos	Katz y Braly (1933)
Atribución	Heider (1944)
Emociones desde la perspectiva psicosocial	Langfeld (1918); Jennes (1932); Cantril y Hunt (1932)
Relaciones interpersonales y atracción	Newcomb (1956; 1961)
Altruismo	Aronfreed y Paskal (1965)

Continúa

Contenidos fundamentales incluidos en este manual	Publicaciones pioneras
Agresión	Dollard, Doob, Miller, Mowrer y Sears (1939)
Actitudes	Thurstone (1928); Thurstone y Chave (1929); G. W. Allport (1935)
Persuasión	Hovland, Janis y Kelley (1953)
Influencia	F. H. Allport (1920); Sherif (1936); Lewin (1947)
Prejuicio	Katz y Braly (1935); Clark y Clark (1947)
Identidad	Miller (1963)
Movimientos colectivos	Le Bon (1897); McDougall (1920); Cantril (1941)
Memoria colectiva	Halbwachs (1950)



Sir Frederic Bartlett
(1886-1969)



Hadley Cantril
(1906-1969)

Los contenidos del Cuadro 1.1 son los propios de un manual introductorio, por lo que su listado no agota todos los procesos que estudia la disciplina en la actualidad, sólo los más importantes. Además, el manual tampoco recoge los procesos grupales e intergrupales, un contenido fundamental de la disciplina que se estudia en otra asignatura de la carrera (Psicología de grupos; véase Huici y Morales, 2004a, 2004b).

Lo que sí muestra el Cuadro 1.1 es que el estudio de algunos procesos se remonta prácticamente a los momentos de despegue de la disciplina. Así, los movimientos colectivos y el estudio de la influencia comienzan a estudiarse en torno a 1920, incluso antes de esa fecha. Durante los años veinte y principios de los treinta se inició el estudio de las actitudes, los estereotipos, la persuasión, el prejuicio y la cognición social. Los procesos restantes se fueron integrando en la disciplina de manera paulatina. Es de destacar la fecha relativamente tardía en que se incorporan a la lista procesos como las relaciones interpersonales, el altruismo y la identidad. Todo esto sugiere que la lista de contenidos nunca puede considerarse cerrada. Son muchas las razones que llevan a que nuevos procesos se sigan incorporando a los ya existentes. Algunas tienen que ver con la naturaleza misma del proceso estudiado. Es lógico que no aparezcan

estudios psicosociales sobre los medios de comunicación de masas hasta los años cincuenta, ya que es entonces cuando de verdad los medios adquieren el protagonismo que tienen en la actualidad. Otras razones guardan relación con demandas sociales y con cuestiones que se suscitan en la sociedad y que exigen análisis urgentes y perentorios.

La variedad de los procesos estudiados es muy grande. Piénsese, a modo de ejemplo, en la distancia que separa, al menos en apariencia, los movimientos colectivos de los estereotipos o la cognición social. Pero, por muy grande que sea la variedad, hay algo que unifica todos esos procesos en un terreno común, y es que todos son psicosociales. Para explicar qué significa, exactamente, lo psicosocial, es necesario recurrir a una definición explícita.

La definición de Psicología social que se adopta aquí es la de G. W. Allport:

“Intento de comprender y explicar cómo el pensamiento, el sentimiento y la conducta de las personas individuales resultan influidos por la presencia real, imaginada o implícita de otras personas”.

Fuente: citada en Franzoi (2000, p. 6).

Se trata de una definición clásica que G. W. Allport formuló ya en 1935 y que luego mantuvo en trabajos sucesivos (1954, 1968). Ha sido utilizada en manuales de Psicología social, tanto del pasado (Samuel, 1975, p. 3; Lamberth, 1980, pp. 25-26) como del momento actual (Hogg y Vaughan, 1995, p. 1; Pennington, Gillen y Hill, 1999, pp. 3-4; y Franzoi, 2000, p. 6).

Esta definición pone el énfasis en la relación de la persona con su entorno social. El concepto clave es “influencia”. Los procesos psicológicos de las personas individuales (pensamiento, sentimiento, conducta) no tienen lugar en un vacío social, ya que siempre habrá otras personas. presentes a veces físicamente y, en otras ocasiones, de manera imaginada o, incluso, implícita. El nexo de unión entre la persona individual y los otros es el proceso de influencia de estos últimos sobre la primera.

El Recuadro que se presenta a continuación muestra cómo una línea de investigación psicosocial reciente se ajusta a la definición de G. W. Allport.

RECUADRO: Los estudios de Mullen y colaboradores sobre los *etnofaulismos*.

El trabajo de Mullen y colaboradores sobre los *etnofaulismos* (Mullen, 2001; 2004; Mullen y Johnson, 1993; Mullen y Rice, 2003; Rice y Mullen, 2005) es un buen ejemplo de la tradición psicosocial de estudio de los estereotipos y sirve, al mismo tiempo, para ilustrar la utilidad de la definición de G. W. Allport.

Etnofaulismo es un término introducido por Roback en 1944 para designar las formas en que los miembros de un grupo se refieren a los miembros de otros grupos (*exogrupos*), especialmente cuando estos últimos son de un origen étnico diferente. Mullen y colaboradores postulan que los etnofaulismos juegan un papel importante en las relaciones entre grupos en un caso muy concreto, que es el que interesa a estos autores, a saber, cuando uno de esos grupos es inmigrante en un país. De hecho, los estudios de Mullen y colaboradores se centran en las relaciones entre los inmigrantes en los Estados Unidos de Norteamérica y la población de este país. Parten, en su estudio, de una serie de hallazgos de la investigación realizada en este ámbito:

- Los etnofaulismos permiten saber qué piensan y cómo piensan, los miembros de una determinada sociedad de acogida de los grupos étnicos de inmigrantes que acoge. Son, por tanto, representaciones cognitivas.

Continúa

- Etnofaulismo se asocia a distancia social en un sentido muy concreto: cuanto menor sea la complejidad de un etnofaulismo, mayor será la distancia social que se intenta mantener con respecto a los miembros del grupo al que se aplica. Esto se traduce en una menor disposición a aceptarlos como vecinos, compañeros de trabajo, amigos o parte de la familia e, incluso, a que el propio país los acoja como inmigrantes.
- Los etnofaulismos se utilizan para marcar fronteras y para excluir a los miembros de los grupos a los que se aplican. Así lo señalan varios autores, entre otros Graumann (1998) y Khleif (1979), y lo demuestran varias investigaciones (véase, a modo de ejemplo, la de Schneider, Hitlan y Radhakrishnan, 2000).
- Prácticamente todos los grupos conocidos han recurrido al uso de etnofaulismos, por lo que éstos se pueden considerar como un fenómeno universal (Palmore, 1962).

Complejidad y valencia de los etnofaulismos

Los dos aspectos centrales de los etnofaulismos son su complejidad y su valencia. La *complejidad* se calcula sobre la base de los seis tipos, exhaustivos y mutuamente excluyentes, de etnofaulismos que se han identificado:

- Rasgos físicos.
- Rasgos de personalidad.
- Nombres personales.
- Hábitos de alimentación.
- Nombres de grupo.
- Misceláneo.

Cuanto menos tipos comprenda un etnofaulismo, menor será su complejidad.

Por lo que respecta a la *valencia*, se tiende a pensar que es siempre negativa, dado que la mayoría de los etnofaulismos expresan algún estereotipo desfavorable. Lo cierto es que no todas las representaciones cognitivas de los grupos inmigrantes son igualmente negativas, por lo que la valencia es una importante variable a tener en cuenta.

Antecedentes

Las investigaciones realizadas por Mullen y colaboradores han encontrado que tres características fundamentales de los grupos étnicos de inmigrantes parecen influir en el grado de complejidad y negatividad de los etnofaulismos que se les aplican: su pequeño tamaño, su escasa familiaridad y su carácter de extranjero. Los grupos más pequeños tienden a representarse cognitivamente con menor complejidad y mayor negatividad en los etnofaulismos, y lo mismo sucede con los que resultan menos familiares para la sociedad de acogida y a los que considera extranjeros en mayor grado. (Conviene tener en cuenta que en la investigación de estos autores las comparaciones se refieren siempre a grupos de inmigrantes de diferente origen étnico; se excluyen explícitamente comparaciones con grupos minoritarios de nacionalidad estadounidense, como podrían ser los afroamericanos o los nativos americanos).

Etnofaulismos y exclusión: la investigación de Mullen y cols.

Varios autores (Graumann, 1998; Khleif, 1979) han establecido una relación entre etnofaulismo y exclusión. Este va a ser, precisamente, el punto focal del análisis de Mullen y colaboradores. Su muestra está compuesta por los diecinueve grupos de inmigrantes que se presentan a continuación:

Belgas Holandeses Ingleses Franceses Alemanes	Griegos Húngaros Irlandeses Italianos Noruegos	Polacos Portugueses Rusos Escoceses Españoles	Suecos Suizos Turcos Galeses
---	--	---	---------------------------------------

Continúa

Durante el periodo de tiempo investigado, esta muestra comprende la mayor parte de la inmigración que entró en los Estados Unidos de Norteamérica, más en concreto, entre un ochenta y un noventa por ciento.

Los autores extrajeron los etnofaulismos aplicados a estos grupos inmigrantes durante cuatro décadas de la obra de Allen (1983). Calcularon, a continuación, la complejidad y valencia de cada uno de ellos.

En cuanto a las conductas de exclusión directa, seleccionaron dos: las cuotas de inmigración y las tasas de naturalización.

- Las cuotas de inmigración constituyen, tal vez, la primera manifestación de la exclusión de los grupos étnicos de inmigrantes, ya que es difícil imaginar una conducta de exclusión más evidente que la prohibición explícita de entrada a un país.

La predicción de los autores es que son los grupos de inmigrantes representados cognitivamente en etnofaulismos menos complejos y más negativos los que sufren cuotas de inmigración más restrictivas. Los análisis de regresión así lo confirman, con betas de .45 para la complejidad y de .31 para la valencia, ambas estadísticamente significativas.

- Las tasas de naturalización se refieren al grado en que los miembros de los grupos de inmigrantes consiguen la ciudadanía plena (naturalización) tras haber sido admitidos como inmigrantes en los Estados Unidos de Norteamérica. Al inmigrante que consigue la naturalización se le conceden los mismos beneficios que ya tienen las personas nacidas en los Estados Unidos de Norteamérica, entre otros el derecho a voto, a ser elegido para la mayoría de cargos públicos o el acceso a los programas de asistencia pública. Negar la naturalización es, por tanto, una forma clara de exclusión.

De forma similar a lo que sucedía con las cuotas de inmigración, el análisis de regresión obtuvo una beta de .35 para la complejidad y de .20 para la valencia, las dos estadísticamente significativas.

Pero no todas las conductas de exclusión son tan directas como las cuotas de inmigración o las tasas de naturalización. Existen otras indirectas que también afectan a la vida de los inmigrantes. Una de ellas, estudiada por Mullen y sus colaboradores, es la forma en que se representan los miembros de los grupos de inmigrantes en los materiales de lectura destinados a los niños de la sociedad de acogida y, más en concreto, en un libro de Ridge (1929), el de mayor difusión en los Estados Unidos de Norteamérica. El detallado estudio de estos autores demuestra la existencia en esa obra de una exclusión indirecta de los mismos diecinueve grupos, dada la forma sesgada, tanto visual como verbal, en que se presentan en ella los inmigrantes.

La línea de investigación llevada a cabo por Mullen y colaboradores sobre los etnofaulismos sirve para ilustrar la definición de G.W. Allport. En efecto, se aprecia que, de forma resumida, dicho estudio:

- No sólo se interesa por el contenido de los etnofaulismos.
- Atiende, sobre todo, al hecho de que son representaciones cognitivas de grupos sociales.
- Pone de relieve sus dos aspectos fundamentales, complejidad y valencia.
- Demuestra que esos dos aspectos ejercen un impacto considerable sobre la decisión de la población de acogida de integrar o excluir a personas de un grupo de inmigrantes.
- Tanto la complejidad como la valencia dependen de ciertas propiedades de dichos grupos (su tamaño, el grado en que se consideran diferentes y extranjeros).

Resumen de este apartado

Los resultados de la investigación de Mullen y colaboradores se pueden formular en los términos de la definición de G. W. Allport. En efecto, son resultados que ponen de manifiesto que la presencia de otras personas (en este caso, grupos étnicos de inmigrantes), representada simbólicamente en los etnofaulismos, influye en la conducta (exclusión) de las personas (en este caso, miembros de la sociedad de acogida).

1.3 La complejidad de la Psicología social

La influencia de los estereotipos sobre las conductas de exclusión, tal como se analiza en los trabajos de Mullen y colaboradores, pone de manifiesto la actuación conjunta de varios procesos de distinta naturaleza que se entrecruzan entre sí. Algunos de ellos son individuales, tienen que ver con cogniciones (por ejemplo, la complejidad de los etnofaulismos) y con emociones (por ejemplo, su valencia), pero otros son estructurales; es decir, reflejan dimensiones permanentes y globales de la sociedad. Es lo que ocurre con los antecedentes de la complejidad de los estereotipos.

Valga como ejemplo de estos procesos estructurales el grado en que la sociedad de acogida considera extranjeros a los miembros de un grupo étnico de inmigrantes. Al ser los Estados Unidos de Norteamérica un país con predominancia de lo anglosajón, a un inmigrante inglés, por ser también anglosajón, se le aplicarán etnofaulismos muy distintos a los que se aplican, pongamos por caso, a un inmigrante griego. Es decir, un inmigrante inglés es considerado, por así decir, menos “extranjero” que un griego y, por lo tanto, en comparación con un inmigrante griego, al inglés se le aplican etnofaulismos más complejos y más positivos. La clave está en el carácter compartido entre estadounidenses e ingleses de un aspecto estructural: su pertenencia al mundo anglosajón.

Si se consideran ahora las conductas de exclusión (las consecuencias de los etnofaulismos), se apreciará que también ellas ponen en marcha procesos de carácter estructural. En efecto, ser acogido como inmigrante en un país trae consigo una serie de implicaciones que no afectan sólo a cogniciones, emociones y conductas individuales, sino a regulaciones institucionales, como nuevas leyes que cumplir y nuevas normas en el trato con los demás en diversos ámbitos, desde el laboral al familiar, sin olvidar el religioso, el tiempo de ocio y el lugar donde vivir, entre otros. Todo ello se intensifica con el proceso de “naturalización”, que hace que la persona pase a ser ciudadano del país de acogida con un conjunto explícito de derechos y obligaciones diferentes a las de su país de origen.

En resumen, la investigación de Mullen y colaboradores es una prueba de que los procesos implicados en la influencia de los estereotipos sobre las conductas de exclusión son muy variados y de distinta naturaleza. Esto es también característico de los procesos que estudia la Psicología social y se aprecia en un análisis detenido del contenido del Cuadro 1.1. El resto del presente apartado examina este asunto con mayor detalle, a través de un análisis de dos de las teorías de mayor influencia en la Psicología social: la Teoría de la identidad social y la Teoría de la justificación del sistema.

Procesos psicosociales en la Teoría de la identidad social

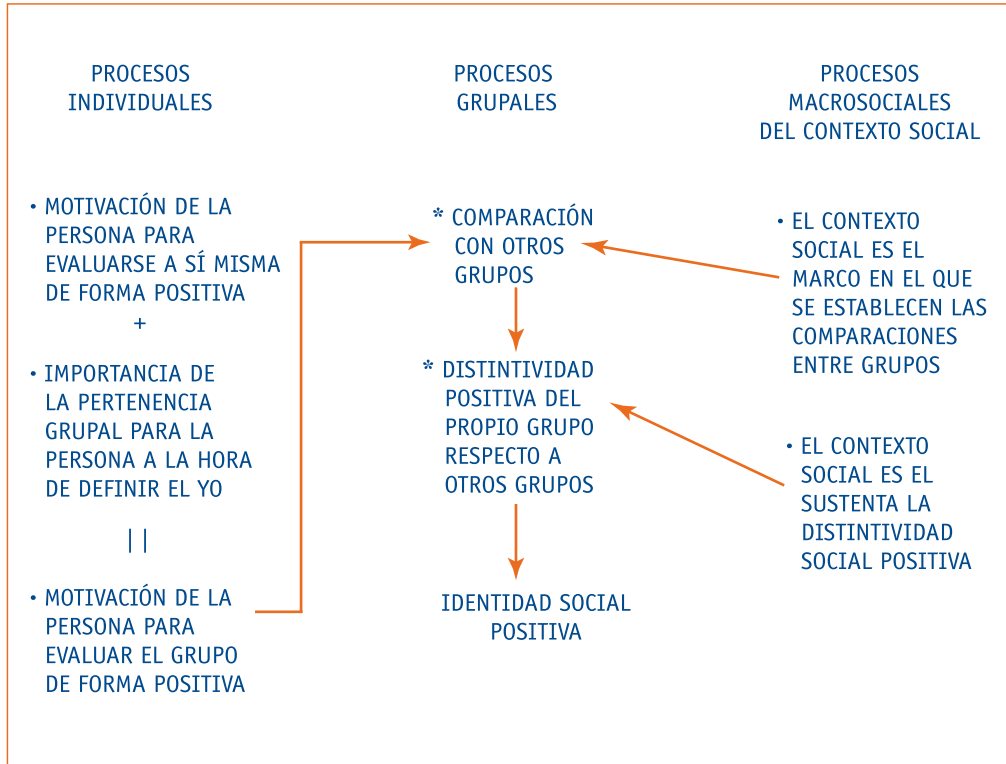
La Teoría de la identidad social la formuló inicialmente Tajfel en 1972. Desde el principio, procuró establecer relaciones entre varios de los procesos psicosociales expuestos en el Cuadro 1.1 y de interconectarlos entre sí. Varios capítulos de este volumen abordan diversos aspectos de la Teoría de la identidad social (lo que es un buen indicio de su importancia), entre otros, el Capítulo 6, dedicado al proceso de categorización, el Capítulo 23 dedicado al prejuicio, el Capítulo 24 dedicado al comportamiento colectivo y el Capítulo 26 dedicado a la historia. Todo ello sin olvidar que el Capítulo 29, que cierra el volumen, se dedica en su totalidad a la identidad social y al yo. En este apartado, por lo tanto, se atenderá sólo a aquellos aspectos relevantes para la interconexión de procesos psicosociales.

La definición de identidad social aparece en el primer trabajo de Tajfel sobre este asunto (1972, pp. 292-293) y es la que se presenta a continuación:

“... la identidad social de una persona está ligada al conocimiento de su pertenencia a ciertos grupos sociales y al significado emocional y evaluativo que surge de esa pertenencia. Es evidente que, en cualquier sociedad compleja, una persona pertenece a un gran número de grupos sociales y que la pertenencia a ciertos grupos será muy importante para ella, mientras que la pertenencia a otros no lo será”.

La identidad social, por tanto, es la consecuencia de que una persona se defina a sí misma a partir de su pertenencia a un cierto grupo social (véase Turner y Haslam, 2001, p. 28). Cuando la persona se define a partir de sus rasgos únicos e idiosincrásicos, hay que hablar de identidad personal. En la activación, permanencia en el tiempo y cambio de la identidad social intervienen varios procesos de distinta naturaleza.

- *Procesos individuales:* entre ellos está la motivación de la persona para una evaluación positiva de sí misma (primer proceso individual). Es un tipo de motivación que aparece en muchos de los procesos estudiados por la Psicología social. Junto a este proceso, hay que mencionar la importancia que el grupo tiene para la persona (segundo proceso individual). El propio Tajfel, en su definición de la identidad social citada más arriba, tiene buen cuidado en subrayar que no todos los grupos encierran la misma importancia para la persona. La combinación de estos dos procesos (motivación individual para una autoevaluación positiva más (+) importancia del grupo para la persona) desemboca en la motivación para buscar una evaluación positiva del grupo (tercer proceso individual). Es lo que se muestra en la columna de la izquierda del Figura 1.1.
- *Procesos grupales:* ninguno de los tres procesos individuales anteriores daría lugar a la identidad social si las personas no comparasen el grupo importante para ellas con otros grupos presentes en el contexto social. Aquí resuena de nuevo la advertencia inicial de Tajfel, de que “la pertenencia a ciertos grupos será muy importante para ella (la persona), mientras que la pertenencia a otros no lo será”, ya que sugiere que la forma en que las personas buscan una evaluación positiva de su grupo es por medio de la comparación con otros grupos menos importantes para ellas. Cuando esa comparación consigue su objetivo, se produce la “distintividad social positiva”, que es la base y el fundamento de la identidad social. Es lo que se muestra en la columna central del Figura 1.1. Estos procesos son grupales, porque la persona tiene que poner entre paréntesis sus características y propiedades individuales y atender a sus características como miembro de un grupo que mantiene relaciones con otros grupos, dentro de un contexto social determinado.
- *Procesos macrosociales:* es precisamente el contexto el que determina que unos grupos sean valorados más o menos positivamente. Se verá más adelante en este capítulo que en Italia ser del Norte es valorado más positivamente que ser del Sur (Jost, Burgess y Mosso, 2001; Schizzerotto, Peri, Sniderman y Piazza, 1994) y que otro tanto sucede en los Estados Unidos de Norteamérica. Razones de índole socioeconómica, junto a otras razones de carácter histórico, explican este hecho. En otras palabras, en esos dos países ser del Norte o ser del Sur incide en el grado en que se puede adquirir una identidad positiva. Es lo que se muestra en la columna de la derecha del Figura 1.1. Por tanto, los procesos macrosociales que definen el contexto, en combinación con los procesos grupales e individuales, intervienen en la formación de la identidad social.

Figura 1.1: *Procesos que intervienen en la búsqueda de la identidad social.*

La Teoría de la identidad social establece varias conexiones entre procesos de distinta naturaleza. Según Turner y Haslam (2001), tres destacan de manera especial:

- Una relación de antagonismo entre la identidad personal (proceso individual) y la social (proceso grupal): cuando las personas enfatizan una de ellas es a expensas de la otra (aunque hay que matizar este antagonismo, como se señala en el Capítulo 29).
- Una estrecha dependencia mutua entre identidad social (proceso grupal) y contexto social (proceso macrosocial): si bien la primera está ligada a la pertenencia grupal, el grado en que es positiva tiene que ver con la posición que ocupa el grupo en la sociedad en su conjunto.
- Las creencias de las personas sobre el grado en que las posiciones de su propio grupo y de los demás grupos son estables y legítimas dependen también del contexto.

Esta tercera conexión (entre creencias de las personas y contexto) es crucial para la Teoría de la identidad social, ya que permite explicar por qué las personas se aferran en ocasiones a su identidad social, aunque ello les cueste la vida (como se comprueba todos los días en los medios de comunicación) y por qué, en ocasiones, intentan modificarla o incluso cambiar de grupo. Para la teoría, las distintas estrategias utilizadas por las personas son el resultado de las combinaciones de la legitimidad y estabilidad de las diferencias de estatus con el estatus relativo (alto o bajo) del grupo en la sociedad, tal como muestra el Cuadro 1.2. Se proporciona una presentación ligeramente diferente, aunque compatible con esta, en el Capítulo 23 sobre prejuicio.

Cuadro 1.2: Representaciones de las estrategias resultantes de las combinaciones de estatus en función del estatus relativo de los grupos.

Estrategias	Ć	Correspondencia entre las diversas estrategias posibles y el estatus relativo y las combinaciones de estatus
<i>Movilidad individual:</i> las personas intentan cambiar de grupo y pasar a formar parte de otro evaluado más positivamente en la sociedad. Este intento se hace de forma individual	Ć	Estrategia característica de los grupos de bajo estatus, que ven su estatus como seguro; es decir, estable + legítimo y creen que las fronteras grupales son permeables
<i>Creatividad:</i> las personas intentan hacer más positiva la evaluación social de su grupo y tratan de mostrar que tienen cualidades positivas no reconocidas hasta el momento	Ć	Estrategia característica de los grupos de bajo estatus, que ven su estatus como seguro; es decir, estable + legítimo y creen que las fronteras grupales son impermeables
<i>Competición con el otro grupo:</i> las personas intentan de forma colectiva modificar a su favor la actual situación social que les perjudica	Ć	Estrategia característica de los grupos de bajo estatus, que ven su estatus como inseguro; es decir, inestable y/o ilegítimo, y que se identifican fuertemente con su grupo
<i>Competición con el otro grupo:</i> las personas intentan de forma colectiva mantener la situación social existente que les favorece	Ć	Estrategia característica de los grupos de alto estatus que ven su posición legítima, pero inestable y amenazada por el exogrupo

Fuente: Adaptado de Turner y Haslam (2001, p. 30).

Procesos psicosociales en la Teoría de la justificación del sistema

La Teoría de la justificación del sistema, propuesta por Jost y Banaji (1994) y sintetizada por Jost, Burgess y Mosso (2001), se enraiza en las investigaciones sobre la psicología de la justicia. Parte de una constatación: las personas prefieren creer que el sistema social al que pertenecen es justo, legítimo y justificable y se resisten a creer que es caprichoso, injusto o ilegítimo. Y esto sucede incluso en sistemas sociales que generan grandes desigualdades, como el sistema industrial capitalista.

Para quienes pertenecen a grupos social o económicamente privilegiados, aceptar que el sistema social está estructurado de manera justa, que recompensa a quienes se han esforzado y han adquirido méritos, y que castiga a los que no lo han hecho, es compatible con dos deseos humanos básicos:

- Creer que uno mismo es una persona valiosa y con mérito.
- Creer que el propio grupo es valioso y respetable.

La situación es muy diferente para los miembros de grupos social o económicamente desfavorecidos. Para ellos, aceptar la justicia y legitimidad del sistema social (lo que Jost y colaboradores denominan “justificación del sistema”) es claramente incompatible con:

- Los motivos para el enaltecimiento de la autoestima (justificación del ego).
- El enaltecimiento del estatus del propio grupo (justificación del grupo).

En efecto, para quienes se encuentran en una situación de desventaja social o económica, pensar que el sistema es legítimo equivale a tener que admitir que su propia situación de desventaja es achacable a déficits del yo o del grupo al que pertenecen. En cambio, cuando alguien, en esa situación, cree que él o su grupo merecen una estima elevada, la conclusión es que el sistema es ilegítimo y le quita lo que le corresponde en justicia.

Por tanto, la teoría de la justificación del sistema propone que la situación a la que se enfrentan los miembros de grupos sociales desfavorecidos es potencialmente conflictiva y propicia el desajuste entre el yo, el grupo y el sistema. El concepto de *crisis de legitimación* se refiere, precisamente, a las numerosas situaciones en que la persona debe afrontar necesidades que son contradictorias entre sí, y muy especialmente:

- La necesidad de sentirse valiosa, justificada y legitimada como actor individual (justificación del ego).
- La necesidad de formar parte de grupos que ella y los demás consideran valiosos y legítimos (justificación del propio grupo).
- La necesidad de sentir que el sistema existente de ordenamiento social es justo, legítimo y justificable (justificación del sistema).

La teoría pretende establecer conexiones explícitas entre:

- *Procesos individuales*: los estados cognitivos y emocionales de las personas individuales.
- *Procesos de carácter grupal*: la dinámica de las relaciones dentro de los grupos, y entre estos dos procesos (individuales y grupales).
- *Procesos macrosociales*: las condiciones impuestas por las exigencias materiales e ideológicas del sistema global.

La teoría desarrolla estas conexiones a través de varias fases.

Primera fase

En ella se intentaba demostrar que una visión peyorativa del propio grupo, unida a un favoritismo o sesgo hacia el exogrupo, es algo que ocurre en el mundo real (no sólo en el laboratorio psicosocial). La importancia de esta demostración reside en que, para los miembros de grupos de bajo estatus, esta visión peyorativa del propio grupo y el sesgo favorable hacia el exogrupo contradice de forma directa la justificación del ego y la justificación del grupo, dos motivos bien documentados en Psicología social.

El ejemplo de investigación propuesto por Jost y cols. (2001) es la interiorización de la inferioridad en los italianos del Sur. Estos, al menos durante un siglo, han ocupado una posición de menor éxito social y económico que los del Norte (véase Capozza, Bonaldo y DiMaggio, 1982). El examen de los resultados de una encuesta en la que participaron dos mil personas de toda Italia (Schizzerotto, Peri, Sniderman y Piazza, 1994) permite comprobar que los italianos del Sur han aceptado, hasta cierto punto, su estatus inferior. Jost, Mosso, Rubini y Guermandi (2000) usaron los datos de esta encuesta para investigar las hipótesis de la justificación del sistema en estos grupos que difieren en estatus; es decir, en los italianos del Norte y del Sur.

El análisis de los datos de la encuesta permite llegar a la conclusión de que los italianos del Norte presentan elevados niveles de favoritismo endogrupal, ya que se muestran convencidos de ser superiores a los del Sur en una serie de rasgos (más honestos, más cumplidores de la ley, menos violentos y menos perezosos, entre otros). Los italianos del Sur coinciden con las evaluaciones de los italianos del Norte y exhiben favoritismo exogrupal; es decir, evalúan más favorablemente a los del Norte (véase Jost, Mosso, Rubini y Guermandi, 2000).

Segunda fase

Es una fase crucial en el desarrollo de la Teoría de la justificación del sistema, ya que en ella se trata de demostrar, precisamente, que las personas manifiestan estereotipos y prejuicios

porque estos les sirven para defender y prestar apoyo al mantenimiento del sistema social en el que viven.

Jost y cols. (2001) proponen como investigación representativa de esta segunda fase el estudio realizado por Jost, Mosso, Rubini y Guermandi (2000) en una ciudad estadounidense. El objeto del estudio eran los estereotipos sobre los estadounidenses del Norte y del Sur, dos grupos que difieren en estatus de forma muy parecida a los italianos del Norte y del Sur. Los participantes en el estudio, al evaluar a los estadounidenses del Norte y del Sur en una serie de rasgos, los estereotipaban de la forma siguiente:

- Los del Norte son más competitivos, productivos, activos, eficientes, dominantes, responsables, ambiciosos y egoístas que los del Sur.
- Los del Sur son más religiosos, amigables, tradicionales, alegres, emocionales y honestos que los del Norte.

A los participantes se les pedía, además, que respondiesen a tres preguntas sobre las diferencias socioeconómicas y de estatus entre los estadounidenses del Sur y del Norte, en concreto, tenían que evaluar:

- La magnitud de las diferencias.
- La legitimidad de las diferencias.
- La probabilidad de cambio de esas diferencias en el futuro.

La mitad de los participantes respondía a estas preguntas antes de la tarea estereotipadora (la evaluación de los estadounidenses del Norte y del Sur en una serie de rasgos) y la otra mitad después. Se encontró que la magnitud de las diferencias y su legitimidad eran mayores, y que la probabilidad de cambio era menor, en los participantes que respondían a estas preguntas después de la tarea estereotipadora que en los participantes que respondían antes de realizar dicha tarea. Ello se interpreta como una prueba de que los estereotipos sirven para legitimar las diferencias de estatus entre grupos. Es decir, el simple hecho de pensar acerca de los estereotipos de los dos grupos intensificó las percepciones de la legitimidad y la estabilidad de la desigualdad social, lo que constituye una prueba directa de que la estereotipia genera una función de legitimación o justificación en apoyo del sistema social.

Tercera fase

Tiene como objetivo el análisis de los conflictos y el vaivén de los motivos de justificación del grupo y del sistema. Ya se ha visto que en los miembros de grupos de alto estatus, estos dos motivos son consistentes y complementarios, pero que no sucede lo mismo con los miembros de grupos de estatus bajo, donde son mutuamente contradictorios y entran en conflicto entre sí.

Por ello, en estos grupos de estatus bajo, habrá ambivalencia a la hora de evaluar al endogrupo y esta ambivalencia será mucho mayor que en los grupos de alto estatus. La ambivalencia actitudinal es importante en el planteamiento de Jost y colaboradores porque es el resultado de la combinación de elementos positivos y negativos frente a un mismo objeto de actitud. Es una evidencia clara a favor de la falta de consistencia y de complementariedad entre los dos motivos que interesan a estos autores.

Lo que se pronostica es que, en grupos importantes para la persona, cuando los motivos de justificación del sistema adquieren mayor fuerza, la ambivalencia hacia el endogrupo:

- aumentará en los miembros de grupos de estatus bajo;
- disminuirá en los miembros de grupos de alto estatus.

Para medir la ambivalencia se suelen utilizar escalas unipolares con rasgos positivos y negativos. Para apreciar la diferencia entre escalas unipolares y bipolares, a continuación se presentan algunos ejemplos de las segundas (escalas bipolares).

Escalas bipolares						
Amigable	—	—	—	—	—	Hostil
Inteligente	—	—	—	—	—	Falto de inteligencia
Trabajador	—	—	—	—	—	Perezoso

En las *escalas bipolares* los rasgos se ubican sobre una dimensión evaluativa continua con dos polos, el positivo y el negativo. De esta forma, se fuerza a la persona que contesta a elegir un punto del continuo. Las *escalas unipolares* siguen otra lógica. Debajo se presentan los mismos rasgos que pero ahora como escalas unipolares.

Escalas unipolares						
Amigable	—	—	—	—	—	
Inteligente	—	—	—	—	—	
Hostil	—	—	—	—	—	
Falto de inteligencia	—	—	—	—	—	
Perezoso	—	—	—	—	—	
Trabajador	—	—	—	—	—	

En las escalas unipolares se abre la posibilidad de que la persona elija, a la vez, el polo positivo y el negativo de una dimensión evaluativa. En el caso de ambivalencia nula o ausencia de ambivalencia, una persona, al evaluar a un grupo, elegirá sólo los rasgos positivos y descartará los negativos (o viceversa). Pero en muchas ocasiones las personas sienten ambivalencia. El caso extremo de ambivalencia se da, por ejemplo, cuando una persona asigna la máxima puntuación al rasgo “inteligente” y la máxima puntuación también al rasgo “falto de inteligencia”.

Con el objetivo de probar que los miembros de grupos de estatus bajo sienten más ambivalencia hacia su propio grupo que los de estatus alto, Jost y Burgess (2000) realizaron la siguiente experiencia. Dieron a leer a un grupo de estudiantes universitarios, compuesto por hombres y por mujeres, un texto en el que se informaba de que una estudiante universitaria de esa misma universidad había puesto una demanda judicial contra la universidad por practicar discriminación de género. La denuncia suponía claramente un desafío al sistema social vigente.

Se partía del supuesto de que la estudiante descrita pertenecía al grupo de estatus bajo, ya que es generalmente admitido que las mujeres tienen un estatus inferior a los hombres (véase Ellemers, 2001; Ridgeway, 2001b). Para medir la justificación del sistema, se recurría a ítems que tienen que ver con la “creencia en un mundo justo” y con la “orientación hacia la dominancia social”. Ejemplos de estos ítems se presentan seguidamente.

Items utilizados en el estudio sobre la demanda judicial a la universidad:

Creencia en un mundo justo

- En cualquier negocio o profesión, las personas que hacen bien su trabajo llegan a los puestos más altos.
- Las personas a las que les van mal las cosas tienen lo que se han buscado.

Orientación hacia la dominancia social

- Hay que aceptar que algunos grupos de personas valen más que otros.
- Los grupos superiores deberían dominar a los inferiores.

La ambivalencia hacia la universitaria que ponía la demanda judicial a la universidad se medía a través de evaluaciones independientes (véase el Cuadro de las escalas unipolares) de sentimientos positivos, como orgullo y respeto, y negativos, como enfado y vergüenza.

Se encontró que, entre las alumnas universitarias (grupo de estatus bajo), la medida de ambivalencia correlacionaba positivamente con las creencias en el mundo justo y con la orientación hacia la dominancia social. No ocurría lo mismo con los alumnos universitarios, ya que en este grupo la ambivalencia no correlacionaba con las creencias en el mundo justo y lo hacía de forma negativa con la orientación hacia la dominancia social.

Jost, Burgess y Mosso (2001) interpretan este resultado como una prueba de que las personas de un grupo de estatus bajo, cuando tienen que evaluar a un miembro de su grupo que plantea una amenaza a la legitimidad del sistema social, tienden a experimentar un cierto grado de conflicto o ambivalencia, que se puede dirigir hacia ese miembro del endogrupo y al sistema en sí mismo.

Resumen de este apartado

Varios de los procesos estudiados en la Teoría de la identidad social y en la Teoría de la justificación del sistema son de distinta naturaleza. Algunos son estrictamente individuales, es el caso de la “motivación de la persona para evaluarse a sí misma de forma positiva” en la Teoría de la identidad social y de la “creencia de que uno mismo es una persona valiosa y con mérito” en la Teoría de la justificación del sistema. Otros procesos son de carácter macrosocial, como el contexto social en la primera de las teorías y las diferencias de estatus entre los grupos en la segunda. También se ha visto que hay procesos de naturaleza grupal.

Las dos teorías expuestas en este apartado necesitan establecer relaciones entre procesos de distinta naturaleza para poder llegar al análisis en profundidad del proceso en el que están particularmente interesadas, la “identidad social” en la primera de las teorías, y la “justificación del sistema” en la segunda. En ambos casos se trata de procesos complejos; es decir, procesos en los que se entrecruzan otros muchos, algunos de los cuales son de distinta naturaleza.

Vale la pena señalar que las dos teorías se ajustan a la definición de G.W. Allport, ya que, aunque su contenido es muy diferente, las dos se centran en cómo la presencia de otras personas (por ejemplo, los miembros del propio grupo y de los otros grupos, en el caso de la Teoría de la identidad social), influye en la conducta (búsqueda de identidad social positiva) de las personas (en este caso, los miembros del propio grupo).

Dado que en Psicología social ha sido tradicional prestar menos atención a los procesos del contexto macrosocial que a los grupales e individuales, a continuación se introducen tres recuadros que pretenden contrarrestar esta tendencia. Dos de ellos se centran en el impacto de la estructura social sobre procesos psicosociales. El primero muestra la influencia del género, una de las dimensiones fundamentales de cualquier ordenamiento social; el segundo, aborda las consecuencias de la clase social, una dimensión tan fundamental como el género (o incluso más) y, el tercer recuadro aborda el papel de la cultura, otro componente importante del contexto.

A la hora de analizar estos aspectos del contexto, los tres recuadros ponen un empeño especial en mostrar cómo se relacionan con procesos psicosociales importantes. El primero de ellos, inspirado en el trabajo de Kramarae (1981), atiende sobre todo a la comunicación y el lenguaje. El segundo apunta al bienestar psicológico. El tercero presta atención al conflicto interpersonal. En los tres casos se trata de ejemplos sencillos que pretenden servir de introducción a los contenidos de muchos de los capítulos de este volumen en los que se estudian las formas complejas en que el contexto interviene y modifica los procesos psicosociales

RECUADRO: La influencia de la estructura social: el caso de las relaciones de género. (Isabel Cuadrado Guirado).

La mayoría de las sociedades actuales presentan como rasgo estructural la dominancia masculina. Esta estructura asimétrica de las relaciones de género, en la que los hombres ocupan una posición dominante y las mujeres una subordinada, condiciona numerosos aspectos de las relaciones entre hombres y mujeres. En otras palabras, la estructura social, con su claro dominio de lo masculino sobre lo femenino, determina en gran medida las relaciones entre sexos. Dos fenómenos bien diferenciados ilustran con claridad esta situación: el sexismo que se ejerce contra las mujeres y el “enmudecimiento” de éstas.

El sexismo y su legitimación por la estructura social

La estructura de las relaciones intergrupales entre hombres y mujeres pone en marcha la legitimación de sistemas de creencias destinados a justificar las posiciones relativas y las relaciones de los grupos sociales (Sidanius y Pratto, 1999). Estos sistemas de creencias sirven como sustento del sexismo ambivalente. Según la teoría de sexismo ambivalente (véase, por ejemplo, Glick y Fiske, 2001b), en la actualidad el sexismo tiene un componente hostil y otro benévolo:

- El componente hostil hace referencia al sexismo tradicional, basado en una supuesta inferioridad de las mujeres como grupo.
- El sexismo benevolente expresa un deseo por parte de los hombres de cuidar a las mujeres, protegerlas, adorarlas y “situarlas en un pedestal”. Es un tipo de prejuicio hacia las mujeres basado en una visión estereotipada y limitada de la mujer, pero con un tono afectivo positivo y unido a conductas de apoyo.

Para mostrar la actuación del rasgo estructural al que se hizo alusión al principio de este apartado (la dominancia masculina), es necesario señalar cómo esta dominancia subyace a las dos formas de sexismo y a cada uno de sus componentes.

Continúa

Dominancia masculina y sexismo hostil

La dominancia masculina genera estereotipos acerca de la superioridad de los varones en un conjunto de rasgos de estatus (por ejemplo, independencia, autosuficiencia, competencia, racionalidad) que conforman la dimensión social de competencia. La creencia complementaria según la cual los grupos subordinados no poseen estos rasgos da lugar al sexismo hostil (Glick y Fiske, 2001b). Éste se agudiza en las relaciones grupales claramente competitivas donde se manifiestan con toda su crudeza las diferencias de poder.

Dominancia masculina y sexismo benevolente

Ahora bien, el hecho de que hombres y mujeres sean interdependientes en la sociedad y, por tanto, mantengan relaciones de cooperación, explica que surja una segunda forma de legitimar la superioridad masculina. La convergencia de los intereses del grupo dominante (hombres) con los del grupo subordinado (mujeres) genera una nueva ideología justificadora de la situación estructural, ideología que ahora ya no es hostil, sino benevolente, y que consiste en caracterizar al grupo subordinado como superior en la dimensión social afectiva (Ridwegay, 2001a). Los rasgos afectivos (por ejemplo, confiado, comprensivo, sensible a las necesidades de los demás) constituyen los rasgos de deferencia y subordinación, de forma que, cuando se exhiben socialmente, ceden el poder a los miembros de los grupos que presentan rasgos asociados con la competencia (Ridgeway, 2001a).

Paternalismo dominante

En las actitudes hacia las mujeres, la manifestación ideológica del patriarcado es el paternalismo, la justificación de la dominancia masculina. El componente hostil de esta ideología es el “paternalismo dominante”, la creencia de que los hombres deberían tener más poder que las mujeres y el correspondiente temor de que las mujeres podrían usurpar el poder de los hombres. Esta actitud aparece en:

- En el dominio público, por ejemplo, cuando las mujeres experimentan más discriminación en el trabajo.
- En el ámbito privado, por ejemplo, en la creencia de que el hombre, y no la mujer, es quien ha de tomar las decisiones importantes en una relación heterosexual.

Al paternalismo dominante le acompaña la “hostilidad heterosexual”, que se refiere a la creencia de que las mujeres son peligrosas para los hombres y manipuladoras. A ello se suma que también la interdependencia entre hombres y mujeres tiene un lado hostil. Debido a su bajo estatus, el grupo subordinado es estereotipado con rasgos de inferioridad e incompetencia. Así, la “diferenciación competitiva de género” se basa en la creencia de que, como grupo, las mujeres son inferiores a los hombres en dimensiones relacionadas con la competencia.

Paternalismo protector

Es la creencia de que los hombres deben proteger y mantener a las mujeres que dependen de ellos. Se extiende a las relaciones de género:

- Públicas, por ejemplo, en las emergencias hay que atender antes a las mujeres que a los hombres.
- Privadas, por ejemplo, el hombre de la casa es el principal sostén y protector de la familia.

El componente benévolo de la hostilidad heterosexual es la “intimidad heterosexual”, basada en la complementariedad y cooperación.

Finalmente, en la estructura social las mujeres están asociadas con el desempeño de actividades domésticas y de cuidado de los niños (tareas que requieren rasgos comunales —por ejemplo, afecto y comprensión—) y están infrarepresentadas en puestos de liderazgo (que requieren rasgos agénticos —por ejemplo, independencia y autoconfianza—) (Eagly, Wood y Diekmann, 2000).

Continúa

De este modo, los roles convencionales de las mujeres complementan y cooperan con los de los hombres: el trabajo de las mujeres en la casa permite a los hombres concentrarse en sus carreras. Esta interdependencia de roles de género convencionales crea la actitud subjetivamente benevolente de “diferenciación complementaria de género”, una creencia basada en que las mujeres son el mejor sexo, pero sólo en los roles de menor estatus.

A continuación, abordamos un fenómeno diferente, el sistema de comunicación verbal, pero en el que de nuevo se pone de relieve cómo la estructura social legitima la posición subordinada de la mujer.

La estructura social legitima el silenciamiento de las mujeres: la Teoría del grupo enmudecido

La dominancia masculina ejerce su influencia también en el sistema del lenguaje, originalmente ideado por los hombres para representar sus propias experiencias. Como consecuencia, las mujeres tienen que describir sus experiencias a partir de un lenguaje creado por el grupo dominante, lo que limita las descripciones de sus vivencias y, por tanto, disminuye su elocuencia. Éste es, en pocas palabras, el argumento básico de la Teoría del grupo enmudecido, cuyo origen se encuentra en el trabajo de las antropólogas sociales Edwin y Shirley Ardener en 1975 y 1978. Según estas autoras, los miembros de cualquier grupo subordinado (por ejemplo, las mujeres, los pobres, la gente de color) tienen que aprender a desenvolverse en el sistema de comunicación establecido por el grupo dominante. De este modo, las mujeres (grupo en el que nos centraremos) están silenciadas y convertidas en oradoras poco elocuentes.

Kramarae (1981), partiendo del trabajo de Ardener y Ardener (1975, 1978), identifica tres presupuestos de la teoría que, a nuestro juicio, demuestran específicamente cómo las relaciones estructurales entre el grupo dominante (hombres) y el grupo enmudecido (mujeres) influye en el sistema de comunicación (West y Turner, 2005):



Cheris Kramarae

1. La división del trabajo (la mujer en el hogar y el hombre en la vida pública) es responsable de que hombres y mujeres perciban el mundo de modo diferente por las diferentes actividades y experiencias que tienen cada uno.
2. Debido a la dominación política de los hombres en la estructura social, se les da preeminencia a sus percepciones y experiencias frente a las de las mujeres. De este modo, las mujeres tienen que subordinar sus propias experiencias, si quieren tener éxito social.
3. La dominancia masculina en el sistema de comunicación obliga a las mujeres a desarrollar un engorroso proceso de traducción al hablar, si no quieren que su elocuencia se vea perjudicada.

En la teoría se defiende que un cambio del estatu quo podría reducir o, incluso, acabar con el enmudecimiento femenino. Algunas de las estrategias propuestas son: crear un lenguaje descriptivo que retrate las experiencias de las mujeres, o valorar y celebrar el discurso de las mujeres.

Si bien la Teoría del grupo enmudecido no está exenta de críticas (por ejemplo, insuficiente contrastación empírica, existencia de diferencias intragrupalas, existencia de mujeres muy elocuentes), no deja de ser una demostración de la influencia de la dominancia masculina y de sus consecuencias en el sistema social.

El siguiente recuadro muestra la influencia de un aspecto central de la estructura social, la clase social, sobre los procesos psicosociales

RECUADRO: El impacto de la clase social sobre los procesos psicosociales.

O'Brien (2005) señala cómo el desastre causado por el huracán Katrina ha puesto de relieve que “la clase social importa” (en este caso, en los Estados Unidos de Norteamérica). Esta autora comprobó, en efecto, que la supervivencia en esas condiciones límite depende de la riqueza de las personas y de la posesión de recursos. Además, la clase social ejerció un profundo impacto sobre el ajuste psicológico de los supervivientes a la devastación causada por el huracán. Como la movilidad geográfica depende, en un elevado grado, de los recursos económicos, resultó que, entre los evacuados de Nueva Orleans, fueron las personas de clase media y alta las que, por el hecho de tener familiares y amigos en otros lugares del país no afectados por el huracán, vieron cómo sus redes de apoyo permanecían intactas y les ayudaban a salir del trance en que se encontraban.

Pero, al margen de este desastre concreto, la clase social es un componente esencial y crónico en los procesos de estigmatización y prejuicio, hasta el punto de que, según esta autora, su comprensión resulta vital para los psicólogos sociales que se dedican al estudio del estigma que afecta a las minorías en los Estados Unidos de Norteamérica (por ejemplo, afroamericanos, latinos y nativos americanos). Cuando se ha intentado examinar el prejuicio hacia estos tres grupos, se ha tendido a utilizar estudiantes universitarios. Ahora bien, la población afroamericana, la latina y la nativa americana están infrarrepresentadas en las universidades, lo que significa que los estudiantes universitarios pertenecientes a estos grupos no constituyen una muestra representativa de su grupo étnico en conjunto.

En una investigación realizada en la Universidad de California en Santa Bárbara sobre estudiantes universitarios de origen latino, la autora encontró que el bienestar de estos estudiantes estaba relacionado con sus creencias en el mundo justo, pero el signo de la relación variaba en función del grado de identificación con el grupo étnico. En concreto, en aquellos estudiantes con nulo o bajo grado de identificación, la creencia en el mundo justo correlacionaba positivamente con el bienestar. En cambio, en los que tenían un grado elevado de identificación, la creencia en el mundo justo correlacionaba negativamente con el bienestar.

Un testimonio personal de la autora aclara este resultado: “Mientras trabajaba en esta investigación, solía volver a casa por la noche en el último autobús que salía del campus. Los que viajaban conmigo en este autobús eran, fundamentalmente, personas pobres de origen latino, cuyo primer idioma era el español”. La autora señala la profunda impresión que le causó comprobar las grandes diferencias (en estilo de vestir, peinado, capacidad para expresarse en inglés y modales) entre esos viajeros latinos del autobús y los estudiantes latinos que participaban en su estudio.

La autora se pregunta si, a la vista de esas diferencias de clase, resulta válido considerar homogéneo el grupo de personas latinas. Y sugiere, igualmente, que tal vez las creencias justificadoras del sistema (como la creencia en el mundo justo) no contribuyan a mejorar el bienestar psicológico de los trabajadores latinos.

El ejemplo del último recuadro muestra la influencia de la cultura sobre el conflicto y las relaciones interpersonales.

RECUADRO: Cultura y relaciones interpersonales.

Smith y Bond (1998, pp. 7-8) proponen un acontecimiento imaginario de interacción entre dos personas de diferentes culturas, cada una de las cuales desconoce, además, la cultura de la otra. Una de ellas, y la principal protagonista del acontecimiento, es Chan Chi Lok, y su compañero de interacción es la señora Robertson.

Chan, estudiante de la asignatura Inglés para los negocios en la Universidad de Hong Kong, recibe la papeleta con un suspenso. Para discutir la nota, pide una entrevista con la señora Robertson, profesora de la asignatura. Ésta propone la hora: las doce en punto de la mañana, y a Chan le parece bien. Pero la entrevista no va a ser sólo un fracaso, al no conseguir Chan que se modifique la calificación, sino también una experiencia frustrante para él y para la señora Robertson.

Los problemas empiezan cuando Chan llega con veinte minutos de retraso a la entrevista. Esto trastoca los planes de la señora Robertson, que había convocado otra entrevista en un lugar diferente a las 12.30 horas. Sin sospecharlo, Chan transgrede con su retraso una de las normas fundamentales que rigen la conducta de las personas anglosajonas: la puntualidad. A partir de este momento, la entrevista se desarrolla, como se muestra debajo, de problema en problema hasta el fracaso final.

Resumen de las incomprensiones mutuas en la interacción entre Chan y la señora Robertson:

Primer intento de Chan		Interpretaciones de la Señora Robertson
Chan invita a la profesora a una fiesta de los estudiantes a celebrar el día siguiente.	¿	Intento de desviar la atención de los fallos en el examen.
Segundo intento		
A las preguntas de la señora Robertson contesta adoptando una actitud de disculpar su suspenso y menciona la elevada dificultad del examen para él y sus compañeros.	¿	No aceptación de la responsabilidad de los propios fallos y extensión del problema a sus compañeros.
Tercer intento		
A las recriminaciones de la señora Robertson de sus numerosas faltas de asistencia a clase, Chan alega que tenía que cuidar a su madre enferma.	¿	Para la señora Robertson, lo lógico hubiera sido ocuparse de su madre fuera del horario de clases.
Cuarto intento		
Chan apela a la compasión de la señora Robertson y le pide abiertamente que le dé el aprobado. De no ser así, se esfuma su posibilidad de pasar al curso siguiente.	¿	Para la señora Robertson, esta petición es sencillamente inaceptable y exige que realice un nuevo examen.

Smith y Bond señalan que sólo las interpretaciones erróneas de la señora Robertson pueden explicar su enfado. De haber sabido que el comportamiento de Chan en la interacción seguía las pautas culturales de cortesía en la cultura china, tal vez no hubiera llegado a enfadarse siquiera. Chan despliega amabilidad con un extraño (invitación inicial), subraya su pertenencia a un grupo (todos los alumnos consideraron difícil el examen) y sus obligaciones familiares (dedicar parte del tiempo escolar al cuidado de su madre) y busca empatía (en la solicitud de aprobado). Todas sus conductas no son meros intentos de desviar su responsabilidad, sino que responden a normas culturales.

1.4 La naturaleza de los procesos estudiados por la Psicología social

Al principio de este capítulo se señaló que la variedad de los procesos estudiados por la Psicología social es muy amplia. En un apartado anterior se ha tratado de ilustrar esa complejidad con la presentación detallada de dos teorías psicosociales contemporáneas, la de la Identidad Social y la de la Justificación del Sistema. Stangor y Jost (1997) dan un paso más. Esos procesos no son todos de la misma naturaleza. En línea con la tradición de la disciplina, los autores proponen agruparlos en tres grandes clases o categorías.



John T. Jost
Universidad de Nueva York



Charles Stangor
Universidad de Maryland

Visión tradicional de la naturaleza de los procesos psicosociales

Como ya se ha señalado en un apartado anterior, es tradicional en la disciplina considerar que los procesos de interés para la Psicología social se pueden clasificar en función de su naturaleza. Lo más habitual ha sido distinguir entre procesos de naturaleza individual, grupal y societal o macrosocial (por ejemplo, Tesser, 1995).

Procesos de naturaleza individual

Algunos ejemplos de investigación:

- *La estereotipia individual*: proceso que organiza y simplifica la percepción. Defiende valores sociales importantes para la persona. Desempeña una importante función psicológica individual (Tajfel, 1981)
- *Conductas idiosincrásicas*: las personas realizan conductas que muestran su forma de ser individual, su idiosincrasia (Tajfel y Turner, 1989).
- *Autoestima personal*: las personas tienen un sentimiento personal de su propia valía como personas individuales (Luhtanen y Crocker, 1992).

Procesos de naturaleza grupal

Algunos ejemplos de investigación:

- *La estereotipia grupal (compartida)*: sirve (Tajfel, 1981) para explicar sucesos sociales y para justificar la acción colectiva y afirmar la valía del propio grupo. Estas son funciones grupales.
- *Conductas grupales (uniformes)*: las personas realizan conductas similares o idénticas a las de otros miembros del grupo al que pertenecen o se identifican. Estas conductas sirven

para mostrar su pertenencia a grupos y lo hacen al margen, o incluso en contra, de sus preferencias individuales (Tajfel y Turner, 1989).

- *Autoestima grupal (compartida)*: las personas tienen un sentimiento de la valía del grupo al que pertenecen, que puede coincidir o no con su autoestima como personas individuales (Luhtanen y Crocker, 1992).

Procesos de naturaleza macrosocial

Jost y Banaji (1994) defienden que en muchos de los procesos que estudia la Psicología social actúan las estructuras y los sistemas macrosociales. Stangor y Jost (1997), por su parte, señalan que sistemas como el capitalismo, el patriarcado o la esclavitud son de naturaleza muy diferente a la grupal.

Así, muchas veces, recurrir al estereotipo que afirma que las personas del grupo X “son perezosas”, sirve para explicar por qué las personas de ese grupo viven en situaciones de pobreza y marginación. Nos encontraríamos aquí con una justificación ideológica que trata de proporcionar legitimidad al sistema económico y social.

En general, los procesos de naturaleza macrosocial son los que tienen que ver con el estatus, el poder, la política, la ideología y la sociedad en su conjunto.

Es lógico que, si existen dentro de la disciplina procesos de distinta naturaleza, también se puedan clasificar las explicaciones psicosociales de los procesos en función de esa misma naturaleza. A continuación, se proponen ejemplos de estas diferentes explicaciones psicosociales.

Explicaciones centradas en las personas individuales

En general, todas las que recurren a propiedades únicas de la persona individual. El ejemplo clásico es la explicación que encuentra la base del prejuicio contra grupos minoritarios en características de la personalidad de quienes lo mantienen (el caso del estudio “La Personalidad Autoritaria”, que se expone en el capítulo sobre prejuicio).

Explicaciones centradas en los grupos

Son las que recurren a propiedades de la conducta grupal. Un buen ejemplo lo proporcionan las teorías que creen encontrar la base del prejuicio y la estereotipia en creencias sociales compartidas dentro de un grupo. Es lo que hace, entre otras, la Teoría de la identidad social, expuesta en un apartado anterior de este capítulo.

Explicaciones centradas en los procesos macrosociales

La dominancia masculina, como resultado de una estructura social asimétrica que condena a las mujeres a una posición subordinada en la sociedad, da lugar, como se ha visto en un recuadro anterior de este capítulo, a una serie de consecuencias como el paternalismo dominante, el paternalismo benevolente, el sexismo hostil y benevolente y la existencia de un grupo “enmudecido”. Estas son explicaciones que se centran en procesos macrosociales o, para usar la expresión de Stangor y Jost, de naturaleza “sistémica”,

Otra explicación centrada en los procesos macrosociales es la que argumenta que los sistemas económicos competitivos y jerarquizados tienden a generar marginación y exclusión.

Las interconexiones entre procesos

El concepto de *interconexión* de Stangor y Jost (1997) entronca con lo que desde siempre se ha considerado como una de las características más definitorias de la Psicología social. Expresado de forma sencilla, hablar de interconexión entre procesos equivale a decir a que la persona

individual, los grupos a los que pertenece y el sistema social en el que vive conforman un entramado de relaciones complejas. Es este entramado lo que constituye el objeto de la disciplina, que procede por pasos en su estudio. En la aproximación de estos autores se distinguen nueve interconexiones diferentes desde un punto de vista analítico. Como se verá más adelante, en la realidad suelen darse unidas. Seguidamente, se presentan esas nueve interconexiones en el mismo orden en que lo hacen Stangor y Jost (1997). En cada una de ellas, se contempla el efecto de la persona, del grupo o del sistema social sobre los procesos psicológicos de distinta naturaleza que se han descrito antes. Se hace una representación gráfica de cada una de ellas y se proporciona un ejemplo ilustrativo.

Interconexión 1	Efectos	Sobre	Procesos
	De la persona individual	Ć	individuales

Stangor y Jost (1997, p. 340) afirman que ésta es la interconexión estudiada con mayor frecuencia en la disciplina en la actualidad. Un ejemplo típico sería el efecto de la necesidad de autoensalzamiento (proceso individual) sobre el proceso atributivo (también individual), que consiste en que la persona se atribuye los éxitos o consecuencias positivas de su conducta, mientras que atribuye a otras personas o a las circunstancias sus fracasos. Es decir, la motivación individual de autoensalzamiento genera un sesgo atributivo también individual.

Interconexión 2	Efectos	Sobre	Procesos
	De la persona individual	Ć	grupales

Dos ejemplos de investigación propuestos por Stangor y Jost (1997, pp. 341-342) para ilustrar esta interconexión son los siguientes:

- La investigación clásica de los estereotipos (que concibe estos como creencias de carácter individual), en la que se pide a personas individuales que expresen sus creencias sobre grupos de personas.
- El estudio de los sesgos cognitivos en cognición social (que se consideran idiosincrásicos), donde se suele partir del supuesto de que las personas cometen errores en las percepciones de los grupos debido a déficits cognitivos individuales (falta de información, procesamiento inadecuado) o a preferencias de tipo personal.

Interconexión 3	Efectos	Sobre	Procesos
	De la persona individual	Ć	macrosociales

Entre los numerosos ejemplos de investigación propuestos por Stangor y Jost (1997) para ilustrar que la Psicología social presta atención a la forma en que las motivaciones y las cogniciones de las personas individuales se orientan hacia el sistema social como objeto de percepción y de conducta, cabe destacar los tres siguientes:

- Los estudios de Lerner (1980) sobre la creencia en “un mundo justo”, que ponen de manifiesto la tendencia de las personas individuales a defender que los resultados que las personas obtienen en la vida (resultados que se pueden considerar “macrosociales”, puesto

que ubican a dichas personas en una determinada posición en el conjunto de la sociedad) son, fundamentalmente, justos (esto se verá con mayor detalle en el capítulo sobre las creencias fundamentales).

- Los estudios de Tyler (1990) en los que se constata que interacciones interpersonales positivas de las personas individuales con los agentes de la ley (que representan a una institución social) llevan a las primeras a desarrollar un sentido (individual) de justicia procedimental; éste, a su vez, facilita que esas personas sientan satisfacción al obedecer la ley.
- Estudios sobre las llamadas “atribuciones sociales” (Lewis, Snell y Furnham, 1987), que demuestran que las explicaciones de las personas individuales sobre la situación económica de la sociedad en la que se viven influyen en la forma en que evalúan las políticas del gobierno.

Interconexión 4	Efectos	Sobre	Procesos
	Del grupo	Ć	individuales

El ejemplo más claro lo proporciona la Teoría de la identidad social. Para esta teoría los estereotipos son creencias compartidas dentro de un grupo, por tanto, procesos de naturaleza grupal, porque surgen de la comunicación con los miembros del propio grupo. Por eso, Haslam (1997) afirma que, cuando se comparte una identidad social, también se comparten las creencias estereotípicas. De aquí se deduce que, cuando las personas individuales se incorporan a un grupo, sus creencias estereotípicas individuales cambian y se hacen similares a las del resto de las personas del grupo. Desde ese momento son creencias de naturaleza grupal.

Interconexión 5	Efectos	Sobre	Procesos
	Del grupo	Ć	grupales

También aquí la ilustración procede de la Teoría de la identidad social. Cuando la categorización grupal se hace saliente (por ejemplo, un hombre en un grupo de mujeres, un médico en un congreso de psicólogos, una persona partidaria de la pena de muerte en medio de una manifestación en contra de la pena de muerte), se activa la identidad social correspondiente (masculina, de médico, de partidario de la pena de muerte). Entonces, suelen surgir actitudes favorables hacia el propio grupo, actitudes que se comparten con los otros miembros del grupo (sesgo endogrupal), y desfavorables hacia el otro grupo (favoritismo endogrupal).

Interconexión 6	Efectos	Sobre	Procesos
	Del grupo	Ć	macrosociales

Stangor y Jost (1997, p. 348) advierten de la escasa investigación que existe en Psicología social sobre esta cuestión; es decir, sobre el modo en que actitudes y creencias grupales llevan a la elección de un sistema social con preferencia a otro. Con todo, existen algunas investigaciones en esta línea, como la de Augoustinos (1991), que encontró que, cuando se activa la pertenencia grupal, los miembros del grupo tienden a compartir creencias sobre las causas y las consecuencias de la desigualdad económica.

Interconexión 7	Efectos	Sobre	Procesos
	Del sistema social	Ć	individuales

Existe un buen número de investigaciones que ilustran esta interconexión. Una de las más claras la ofrece la afirmación de Simon (1997) según la cual “la modernización” (un proceso macrosocial) favorece el dominio del yo individual sobre el colectivo” (proceso individual), como se detalla en el Capítulo 29.

También es conocida en Psicología social la investigación de los esposos Clark (Clark y Clark, 1947), en la que se achacaba la pérdida de autoestima individual de los niños afroamericanos a su marginación social y económica dentro del sistema social estadounidense.

Interconexión 8	Efectos	Sobre	Procesos
	Del sistema social	Ć	grupales

Es fácil encontrar ejemplos de esta interconexión en la vida cotidiana. Los grupos con un estatus social bajo en la sociedad suelen desarrollar imágenes relativamente desfavorables de sí mismos. Una prueba de ello la ofrecen las manifestaciones de mujeres oponiéndose a la igualdad de derechos para la mujer, manifestaciones de las que se hacen eco con cierta periodicidad los medios de comunicación. Algo relativamente similar es lo que señalan Stangor y Jost (1997, p. 350): la clase trabajadora estadounidense se niega a secundar la política de redistribución económica.

Una investigación de Ellemers y van Knippenberg (1997) parece mostrar este mismo efecto. Entre los participantes en su estudio, interesan sobre todo las reacciones de los estudiantes polacos. Estos muestran mayor identificación con su grupo nacional que los estudiantes holandeses con el suyo. Y, sin embargo, las creencias de los estudiantes polacos acerca de los polacos son más desfavorables que sus creencias acerca de los holandeses. Stangor y Jost (1997) interpretan la aparente contradicción de tener una alta identidad con el grupo nacional y, al mismo tiempo, una opinión desfavorable de ese grupo, como resultado del fracaso de la economía polaca en el periodo en que se realizó el estudio.

Interconexión 9	Efectos	Sobre	Procesos
	Del sistema social	Ć	macrosociales

Son dos las formas principales que tiene de expresarse esta interconexión. La primera de ellas la describen Jost y Stangor (1997, p. 351) de la siguiente forma: “las características de un sistema social actúan para mantener o cambiar ese mismo sistema”. Un buen ejemplo se encuentra en un capítulo de este volumen, en concreto el que aborda “El componente cultural de la violencia”. En ese capítulo se describe que la cultura del honor, vigente todavía en muchas sociedades en la actualidad, impulsa el asesinato de aquellas mujeres que, a juicio de la sociedad, han puesto en riesgo el honor de la familia. El asesino suele ser algún familiar varón de la mujer marcada. Ahora bien, si el sistema de justicia castigase duramente estos asesinatos, nos encontraríamos ante un ejemplo de un sistema social que actúa para cambiar ese mismo sistema. Desafortunadamente, no es eso lo que suele suceder, ya que en las sociedades mencionadas la justicia es sumamente benévola con los asesinos por razón

de honor y estos apenas son castigados. Por tanto, lo que se describe en el capítulo sobre “El componente cultural de la violencia” es más bien un sistema social que actúa para mantener ese mismo sistema.

La segunda forma que tiene esta interconexión para expresarse es cuando un sistema ejerce una influencia o impacto sobre otro. Así, una persona formada en un sistema socialista, como sucedía en Polonia antes de 1990, difícilmente podrá comprender el alcance del sistema capitalista implantado en ese país a partir de esa fecha. A esas personas les resultará sencillamente inaceptable, por ejemplo, que el paro afecte al veinte por ciento o más de la población, que la pensión de jubilación no esté garantizada o que no haya acceso universal a los servicios sanitarios. Y es que, mientras un sistema socialista garantiza el pleno empleo, las pensiones de jubilación y la universalidad del acceso a la sanidad pública, no sucede lo mismo con el sistema capitalista. El argumento de una película reciente, titulada “Good bye, Lenin”, muestra algo similar con respecto a la desaparecida República Democrática de Alemania.

Stangor y Jost (1997, p. 351) reconocen que las relaciones de la interconexión número nueve apenas son objeto de estudio en la Psicología social y, en cambio, constituyen el objeto de estudio privilegiado de la Sociología y de la Ciencia Política. Pese a todo, es desaconsejable dejarlas de lado, ya que su impacto es muy profundo sobre las vidas de las personas individuales que viven en esos sistemas.

Resumen de este apartado

En apartados anteriores, el estudio de los etnofaulismos, primero, y, a continuación, las teorías de la Identidad Social y de la Justificación del Sistema, han puesto de relieve la compleja naturaleza de los procesos estudiados por la Psicología social. En este apartado, el trabajo de Stangor y Jost (1997) ha mostrado que las múltiples interconexiones entre procesos elevan todavía más su grado de complejidad.

A través de una serie de pasos, estos autores elaboran un marco general para el análisis de los procesos psicosociales. Muestran, en primer lugar, que no todos los procesos psicosociales son de la misma naturaleza. Pasan, a continuación, a detallar los diferentes tipos de explicación que existen en Psicología social, para acabar con la descripción de las complejas interconexiones entre los procesos psicosociales, especialmente cuando dichos procesos no son de la misma naturaleza. Se trata de un trabajo que ayuda a comprender la complejidad de la Psicología social.

Por su parte, la definición de Psicología social de G.W. Allport, como:

“Intento de comprender y explicar cómo el pensamiento, el sentimiento y la conducta de las personas individuales resulta influida por la presencia real, imaginada o implícita de otras personas”,

sugiere que el carácter psicosocial de estos procesos se preserva, no a pesar de su complejidad, sino más bien gracias a ella.

En efecto, la influencia de la que habla la definición de G.W. Allport, en virtud de la cual los procesos psicológicos de las personas individuales (pensamiento, sentimiento, conducta) no tienen lugar en un vacío social, introduce contextos cada vez más amplios y más interconectados entre sí que es preciso tener en cuenta.

A eso es lo apuntan los tres tipos de “presencia” de otras personas de la que habla el autor. Hay, por supuesto, una presencia real o física. Se verá la influencia de esta presencia en muchos capítulos de este volumen, por ejemplo, en el capítulo bases ambientales y en el de Altruismo. Pero hay también una presencia imaginada, que amplía el campo de acción de la influencia. Esta presencia imaginada

Continúa

tiene un gran peso en la disciplina y se trata prácticamente en todos los capítulos del volumen. Destaca, en este sentido, el capítulo sobre cognición social y el de atribución. Si se da un paso más, se llega a la presencia implícita. Los otros pueden aparecer aquí, ya no sólo como personas individuales, sino como miembros de grupo, como representantes de instituciones, entidades suprapersonales. Esto se aprecia sobre todo en los capítulos sobre bases culturales, prejuicio y memoria histórica.

1.5 Dos recuadros finales

Dos recuadros finales presentan visiones recientes sobre la Psicología social que complementan de forma sencilla lo expuesto hasta ahora en el capítulo.

RECUADRO: Markus y el binomio contenidos-enfoque en la Psicología social.

Desde su columna en el *Boletín de la Sociedad de Personalidad y Psicología Social*, la estadounidense H. R. Markus, presidenta de dicha sociedad, se dirige a sus miembros (2004) y les plantea esta pregunta: ¿qué es lo primero que les viene a la mente cuando oyen la expresión “Psicología social”? La pregunta es retórica. Sirve, simplemente, para llamar la atención sobre la dificultad de sintetizar en una sola palabra el contenido de la disciplina, que aborda asuntos tan dispares como “las actitudes, la estereotipia, el prejuicio, el yo, la identidad, la dinámica de grupos” (y otros muchos). Sólo la existencia de un cierto enfoque o punto de vista psicosocial garantiza a ese contenido dispar la necesaria unidad interna.

El verdadero significado y alcance de este enfoque se aprecia cuando se lo contrapone a la visión del ser humano imperante en la sociedad. Markus relata dos experiencias que ella misma vivió en primera persona para realizar esta contraposición.

La primera experiencia fue un seminario en el que participaban agentes de policía junto a destacados psicólogos sociales (entre los que figuraba la autora). La cuestión sometida a debate era “El sesgo racial de la actuación policial”. A lo largo de los debates, los agentes de policía tuvieron ocasión de exponer su propia teoría acerca de la conducta humana. En esencia, esta teoría se resume en una creencia fundamental: lo que de verdad cuenta es lo que hay dentro de la persona (rasgos, intuición, instintos). Las personas, al actuar, lo hacen guiadas por estas entidades internas.

La segunda experiencia tuvo lugar dentro del ámbito escolar. En la investigación, llevada a cabo por Markus y otros psicólogos sociales durante algún tiempo en aulas de primaria étnicamente integradas, descubrieron que en algunas clases los alumnos alcanzaban un buen rendimiento mientras que en otras, equiparables en variables sociodemográficas (clase social, etnicidad, renta, vivienda y similares), el rendimiento era mucho menor. De forma parecida a lo que ocurría en la primera experiencia, los investigadores comprobaron que los maestros atribuían el bajo rendimiento de sus alumnos a factores internos, como falta de motivación, interés y dedicación.

En resumen, policías y maestros transmiten una visión muy concreta del ser humano. A pesar de todo lo que diferencia a estos dos grupos profesionales, los dos coinciden en el subrayado de lo interno y en el olvido selectivo del contexto social. A los policías no se les ocurre pensar que algunas conductas humanas tienen su origen en las situaciones que viven las personas y en las relaciones que mantienen con otras personas. Los maestros parecen desconocer su propia capacidad de modificar las situaciones de enseñanza, su papel decisivo en el moldeamiento de las relaciones y la dinámica del aula y su posibilidad de influir, a través de estos mecanismos, en el rendimiento de los alumnos y reducir la amenaza que, de forma especial para los alumnos de grupos étnicos minoritarios, supone el extendido estereotipo que considera que esos grupos carecen de aptitudes para el aprendizaje.

Markus sugiere que, en muchos contextos de los Estados Unidos de Norteamérica, sucede algo parecido a lo que sucede en el contexto policial y escolar: existe una gran dificultad para

Continúa

convencer a las personas de que la conducta del ser humano es profundamente social; es decir, es un producto de nuestras relaciones con otras personas y con sus productos. Y éste es, precisamente, el punto de vista de la Psicología social.

Para modificar este estado de cosas, lo mejor que puede hacer el psicólogo social es seleccionar, entre los elementos del modelo psicosocial general, aquellos que encajen con las nociones culturales dominantes en la sociedad de que se trate. En el caso de la sociedad estadounidense, Markus propone los siguientes:

- El actor psicosocial es activo y agéntico.
- Las personas tienen la capacidad de cambiar.
- Las personas tienen la capacidad de cambiar los contextos en los que viven.
- Los contextos sociales no son algo separado de las personas, sino que son el producto de la actividad humana.

Estas cuatro nociones, que son aceptables en mayor o menor grado para el estadounidense medio, caen plenamente dentro del modelo psicosocial. Enfatizar estas nociones puede ayudar a difundir en ese país el modelo psicosocial y a eliminar gradualmente la visión puramente interna del ser humano.

RECUADRO: Swann y Seyle y la interacción persona x situación en Psicología social.

Swann y Seyle (2005) reconocen que, en muchas ocasiones, la Psicología social acierta al poner el énfasis en la situación y, de forma más amplia, en el contexto. Sería lo que sucede cuando se intenta comprender y pronosticar la conducta de las personas en un contexto muy concreto, como el de los guardias de una prisión. En un caso así, es imprescindible conocer en profundidad y detalle el tipo de situación de que se trata.

Sin embargo, otras ocasiones plantean un problema muy distinto, como cuando lo que interesa a los investigadores es pronosticar el modo en que se ordenan las personas dentro de una situación o clase de situaciones. Para poder conseguir este objetivo, es necesario saber cómo puntúan estas personas en alguna medida de personalidad, especialmente si se trata de un rasgo de personalidad muy relevante. Es el caso de la *necesidad de cognición* en el cambio de actitudes (véase Capítulo 18 sobre cambio de actitudes).

Con mucha frecuencia, situación y personalidad interactúan; es decir, hay una dependencia mutua entre ellas, no un predominio de una sobre la otra. Swann y Seyle proponen un ejemplo extraído de la investigación del propio Swann (Gill y Swann, 2004). El rasgo de personalidad estudiado era la exactitud en la percepción de personas. No se lo conceptuaba en general, sino asociado a situaciones. El razonamiento de base era el siguiente: es habitual que las personas “negocien sus identidades específicas de relaciones”. Esto quiere decir que la imagen que presentan a los otros depende de quiénes sean esos otros y de la situación en la que interactúen con ellos. Si esto es así, es preferible pensar en la exactitud, en la percepción no como un rasgo general aplicable a la percepción de cualquier persona en cualquier situación, sino como el acierto a la hora de estimar las conductas de las personas que se perciben en los contextos locales que se comparten con ellas. Por ello, en el día a día, las personas, a la hora de percibir, se esfuerzan por descubrir cómo se comportan las otras personas con las que interactúan en contextos compartidos.

Swann y Seyle citan en apoyo de su propuesta un trabajo de Higgins (1990). Este autor defendió la necesidad de considerar la interacción persona x situación en un plano teórico. Su argumento es que, bajo el influjo de las variables psicológicas (rasgos, disposiciones, características personales), las personas adquieren rutinas que las llevan a categorizar las situaciones de forma idiosincrásica. Es decir, una persona alta en necesidad de cognición categorizará las situaciones de persuasión como un desafío y como una oportunidad (véase Capítulo 18). Por su parte, las situaciones generan en las personas rutinas que les permiten descubrir qué conductas son apropiadas en el contexto de que se trate. En consecuencia, las conductas de las personas reflejan la accesibilidad de la información facilitada tanto por sus diferencias individuales crónicas como por las pistas e indicios del contexto.

1.6 Resumen

En este capítulo se argumenta a favor de la necesidad de una definición explícita de la Psicología social y se propone la utilización de la de G.W. Allport, que hace énfasis en la influencia mutua entre las personas como el núcleo de la disciplina.

Desde el inicio del capítulo se llama la atención sobre dos características importantes de la Psicología social: la amplitud y la complejidad de sus contenidos.

La amplitud se refleja en un cuadro en el que se listan los contenidos del presente volumen. Se acentúa las grandes diferencias que existen entre esos contenidos y la necesidad de que la Psicología social pueda tratarlos en algún plano común. Para ilustrar cómo la definición de G.W. Allport consigue este objetivo, se selecciona una línea de investigación psicosocial contemporánea, los *etnofaulismos* de Mullen y colaboradores. Se muestra que esta línea de investigación encaja plenamente con la definición mencionada.

Para abordar la cuestión de la complejidad de los contenidos psicosociales, se exponen dos teorías psicosociales contemporáneas de gran influencia en la disciplina, la Teoría la identidad social y la de la justificación del sistema. Estas dos teorías intentan comprender y explicar dos procesos psicosociales cruciales: por qué las personas se identifican con los grupos sociales, aunque ello les acarree en ocasiones graves perjuicios, y por qué las personas muestran una fuerte tendencia a defender el sistema social en el que viven, pese a las pruebas y evidencias de que es profundamente injusto. Para conseguir su objetivo, estas dos teorías echan mano de varios procesos psicosociales y, lo que es más importante, son de distinta naturaleza.

El siguiente apartado comienza con la discusión de la naturaleza de los procesos psicosociales y de las explicaciones que ofrece la disciplina. Se adopta la posición de Jost y Stangor (1997), autores que establecen diferencias entre los procesos psicosociales (y también entre las explicaciones) en función de si estos son de naturaleza individual, grupal o macrosocial. Pero, tal vez lo más apreciable de la aportación de estos autores sea su concepto de interconexión entre procesos. Esta interconexión no es problemática cuando los procesos son de la misma naturaleza, pero podría serlo cuando son de naturaleza diferente. Sin embargo, los autores muestran que, de todas las interconexiones posibles entre procesos psicosociales (nueve), la disciplina ha hecho uso de ellas en múltiples investigaciones.

Para cerrar este apartado, se explica cómo la definición de G.W. Allport se ajusta al planteamiento de Jost y Stangor (1997) y a su aportación de las interconexiones entre procesos.

A lo largo del capítulo se incluyen cinco recuadros para ilustrar con ejemplos concretos los contenidos más abstractos de los diversos apartados. Tres de los recuadros subrayan el papel del contexto social dentro de los análisis que realiza la Psicología social, una de las cuestiones más debatidas en la disciplina prácticamente desde sus inicios. Los dos últimos apartados hacen referencia a debates más recientes. El relativo al binomio enfoque-contenidos es una llamada de atención más (hay varias a lo largo del capítulo) sobre la necesidad de comprender que, si bien los contenidos de la Psicología social son muy amplios y diversos, hay algo que los unifica a todos en un terreno común: el enfoque psicosocial. El recuadro relativo a las diferencias individuales es un reconocimiento de una tendencia reciente de la disciplina a integrar dichas diferencias dentro de sus teorías y explicaciones.

Términos del glosario

Autoensalzamiento (motivo de)

Escalas bipolares

Escalas unipolares

Etnofaulismo

Identidad Social

Justificación del sistema (motivo de)

Psicología social (según la definición de G. W. Allport)

Lecturas y otros recursos recomendados

Páez, D. (2003). El objeto de estudio de la Psicología Social. En D. Páez, I Fernández, S. Ubillos y E. Zubieta (Coords.), *Psicología Social, Cultura y educación* (pp. 3-23). Madrid: Pearson/Prentice-Hall.

Este capítulo ofrece una visión sintética y bien organizada de los marcos teóricos fundamentales en la disciplina, seguida de una exposición detallada de los principales tipos de explicación que se ofrecen dentro de ella. En la parte final introduce algunas cuestiones metodológicas relacionadas con el individualismo y el holismo y una breve discusión sobre la utilidad del metaanálisis.

Páez, D, Valencia, J. F., Morales, J. F. y Ursúa, N. (1992). Teoría, metateoría y problemas metodológicos en Psicología Social. En D. Páez, J.F. Valencia, J.F. Morales, B. Sarabia y N. Ursúa (eds.), *Teoría y método en Psicología Social* (pp. 31-205). Barcelona: Anthropos.

Una visión de la historia de la disciplina, unida a un análisis de aspectos epistemológicos y técnicos de la investigación dentro de ella.

Los procesos psicosociales desde la perspectiva evolucionista

Elena Gaviria Stewart

Objetivos

El propósito principal de este capítulo es poner de manifiesto que la mente y la conducta social humanas son el resultado de un proceso evolutivo y que existe una continuidad entre nuestra especie y las demás, así como las implicaciones que eso tiene para entender los procesos que estudia la Psicología social. Para lograr este objetivo general es necesario cumplir otros más específicos. En concreto:

- Exponer los supuestos fundamentales en los que se basa la Teoría de la evolución de Darwin y sus posteriores ampliaciones, sobre todo en lo que se refiere a los procesos psicosociales.
- Describir diferentes formas de llevar a cabo el estudio evolucionista de los procesos mentales y la conducta social, para lo cual nos centraremos en dos versiones muy distintas del enfoque evolucionista y presentaremos algunos ejemplos de cómo abordan su objeto de investigación.
- Revisar la imagen transmitida por algunos enfoques evolucionistas (y tradicionalmente mantenida por muchas personas, científicos y profanos) de que somos seres fundamentalmente egoístas y competitivos. Esta visión está siendo compensada por otra, todavía minoritaria, pero en alza, que defiende que nuestra capacidad para la cooperación es tan natural como nuestras tendencias competitivas, y que ambas son producto de la evolución.
- Analizar las causas del rechazo de los científicos sociales hacia la idea de la continuidad evolutiva entre el ser humano y el resto de las especies, actitud que sigue manteniéndose vigente, sobre todo en lo que respecta a nuestras características psicológicas, sociales y culturales.

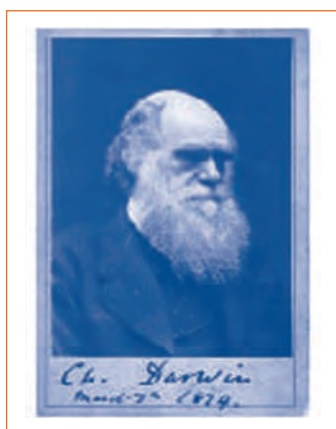
2.1 Introducción

Casi un siglo y medio después de que Darwin publicara la teoría que iba a revolucionar las ciencias biológicas, los científicos sociales (entre ellos, los psicólogos sociales) se siguen mostrando reacios a aceptar que esa teoría tenga algo que aportarles para entender al ser humano. Nuestra especie, según ellos, se liberó de las ataduras biológicas hace mucho, por lo que intentar explicar nuestra mente y nuestra conducta en términos evolucionistas supone un reduccionismo que enmascara nuestra compleja singularidad, por no hablar del determinismo genético, el otro fantasma al que los científicos sociales temen y al que contraatacan con un abierto determinismo cultural: no es en los genes, sino en la cultura donde debemos buscar las causas de lo que pensamos y hacemos. Esta actitud conduce al aislamiento y al mantenimiento de falsas dicotomías, lo que supone un empobrecimiento innecesario, dado lo mucho que tienen en común los psicólogos sociales y los científicos evolucionistas.

En nuestra exposición vamos a partir de una premisa: que somos, tanto física como mental y conductualmente, producto de la evolución. Veremos qué significa eso y qué implicaciones tiene para el estudio y comprensión de los procesos psicosociales. Tras una breve presentación de los postulados darwinistas sobre la evolución y las posteriores ampliaciones de esta teoría, nos detendremos en la aplicación de estos planteamientos a nuestro campo de estudio, ilustrándola con diversos ejemplos de trabajos empíricos. Por último, haremos referencia a dos cuestiones que promueven los enfoques evolucionistas que tienen que ver con la visión del ser humano: el problema de la continuidad evolutiva y el énfasis en los aspectos competitivos o cooperativos de la naturaleza humana, propugnado por algunos de estos enfoques.

Muchos de los conceptos que aparecen en este capítulo han sido ya presentados en la asignatura Fundamentos biológicos de la conducta, si bien aquí damos más énfasis a la conducta social. Por ello, recomendamos al alumno que repase los contenidos de dicha asignatura, especialmente los referidos a genética y evolución de la conducta.

2.2 El origen. Lo que Darwin dijo y lo que no supo decir



Charles Darwin es un hito en la historia de la ciencia y del pensamiento moderno. ¿Por qué? ¿Por descubrir la evolución de las especies? No. El hecho de que las especies evolucionan ya había sido planteado un siglo antes, primero como especulación y más tarde, de forma más sistemática, aunque errónea, por Lamarck. La genialidad de Darwin (compartida hasta cierto punto con Wallace) reside en haber descubierto el mecanismo a través del cual tiene lugar la evolución de las especies y el origen de especies nuevas: la selección natural.

El Cuadro 2.1 recoge los principales supuestos de su teoría y las inferencias que se derivan de ellos:

Cuadro 2.1: *Supuestos e inferencias de la Teoría de la evolución por selección natural (Darwin, 1859).*

Supuesto 1	Las especies son capaces de producir descendientes en exceso.
Supuesto 2	El tamaño de las poblaciones de individuos tiende a permanecer relativamente estable a lo largo del tiempo.
Supuesto 3	Los recursos de los que se abastecen los individuos son limitados. • Inferencia 1: De ahí que se produzca una lucha entre individuos por la existencia.
Supuesto 4	Los individuos difieren en los rasgos (adaptaciones) que les permiten sobrevivir y reproducirse.
Supuesto 5	Al menos una parte de la variación en esos rasgos es genéticamente heredable. • Inferencia 2: Existe una producción y supervivencia diferencial de descendientes de miembros genéticamente distintos dentro de una población. Esa supervivencia y reproducción diferencial es, por definición, la <i>selección natural</i>. • Inferencia 3: A lo largo de muchas generaciones la selección natural dará lugar a la evolución de aquellos rasgos que sean más adaptativos que otros.

Imaginemos, por ejemplo, algún suceso o fenómeno que se produce en el medio (un cambio climático, la aparición de un nuevo predador) y que plantea un nuevo problema a los organismos. Ciertas variaciones genéticas, que dan lugar a rasgos fenotípicos como una piel más resistente o unas patas más largas, contribuyen a la supervivencia y reproducción de los individuos que las poseen (los que no las posean se extinguirán). Así, las especies se van diferenciando unas de otras en función de las demandas del medio a las que deban adaptarse.

Aquí queremos subrayar que una de las aportaciones cruciales de Darwin fue incluir la conducta y los procesos mentales subyacentes como partes del *fenotipo* de los miembros de la especie y, por tanto, considerarlos objeto de la selección natural como los rasgos físicos: aquellos que contribuyan a la supervivencia y reproducción del organismo (es decir, que sean adaptativos) se propagarán y, los que no lo sean, serán eliminados.

Una limitación importante de la teoría en su versión original, por el desconocimiento de Darwin de los descubrimientos de Mendel sobre genética, es que no explica cómo se producen esas variaciones individuales sobre las que actúa la selección natural, ni tampoco cómo se heredan. Pero de eso se encargarían otros (en concreto, en los años 30 del siglo pasado, con la Teoría sintética de la evolución; véase el texto de *Fundamentos biológicos de la conducta*, y revisense, de paso, los conceptos de mutación, migración y deriva genética relacionados con la variabilidad sobre la que actúa la selección natural). Lo más difícil (descubrir el mecanismo de la evolución y documentarlo científicamente) ya estaba hecho.

Por otra parte, la Teoría darwinista no parecía capaz de explicar cierto tipo de comportamiento frecuente en las sociedades animales, en concreto los casos de ayuda a congéneres a costa de uno mismo. Los altruistas no habrían podido prosperar si arriesgaban su supervivencia por otros sin reproducirse. El propio Darwin era consciente de esta limitación de la teoría, y así lo reconocía en *El origen de las especies*, refiriéndose a la conducta de las obreras de

diversas especies de hormigas y abejas, que ayudan a sacar adelante a los descendientes de la reina en lugar de reproducirse ellas mismas:

“Esta es, con mucho, la dificultad especial más grave que mi teoría ha acometido” (p. 283)*.

Aunque él mismo apunta la posible solución:
Ć

“Esta dificultad, aunque parece insuperable, disminuye o desaparece, en mi opinión, cuando se recuerda que la selección puede aplicarse a la familia lo mismo que al individuo” (p. 280)*.

* En las citas de este capítulo se mencionan las páginas de la edición española, si la hay.

Tendrían que pasar más de cien años para que la “paradoja del altruismo” se resolviera definitivamente, como veremos a continuación.

2.3 Lagunas que se han rellenado: desarrollos posteriores de la Teoría Darwinista

Hay tres elaboraciones teóricas a partir de la versión original de Darwin que son especialmente importantes en relación con los procesos psicosociales: la selección por parentesco, el altruismo recíproco y la inversión parental. Para poder explicar estos modelos, es necesario entender un concepto clave: la *eficacia biológica inclusiva* (*inclusive fitness*).

La eficacia biológica inclusiva

El término fue acuñado por el sociobiólogo William Hamilton (1964) para referirse a la capacidad de propagación de los genes de un organismo a la siguiente generación, no sólo directamente a través de sus propios descendientes, sino también de forma indirecta, mediante su influencia en la reproducción de individuos que comparten genes con él. De esta forma, lo que importa realmente de cara a la selección natural no son los individuos, sino sus genes. La Teoría de la evolución de Darwin sostenía como principio fundamental la eficacia biológica individual, es decir, la capacidad de cada organismo para sobrevivir más tiempo y dejar más descendientes. Pero esto no explicaba por qué se producían tantos casos de “altruismo” en las sociedades animales, en las que había individuos que no dudaban en morir sin dejar descendencia para salvar la vida de otros miembros del grupo. Según la Teoría darwinista original, los genes de los altruistas no podrían haberse propagado.



William Hamilton, biólogo británico, fallecido en 2000, a los 63 años. Algunos consideran que su concepto de eficacia biológica inclusiva ha sido la aportación más importante a la biología evolucionista desde Darwin.

La eficacia biológica inclusiva, como motor de la evolución, es quizá la aportación más importante de la Sociobiología a la explicación biológica o evolucionista de la conducta. Pero, como parece inevitable en esta disciplina, también ha provocado cierta polémica. No

el concepto en sí, que muy pocos discuten, sino las implicaciones que algunos sociobiólogos han extraído de él (véase el Cuadro 2.2).

Cuadro 2.2: ¿En qué consiste el egoísmo de los genes?

Se ha acusado a la Sociobiología de abusar del concepto de eficacia biológica inclusiva en sus planteamientos de la conducta social. Para los sociobiólogos, todo lo que hacemos es por y para la mayor propagación de nuestros genes.

En este sentido, el sacrificio de la propia vida en favor de un pariente no sería altruismo propiamente dicho, sino *egoísmo genético*, ya que su finalidad no es actuar por el bien de otros, sino por el bien de los propios genes, como afirma Richard Dawkins (1976) en su famoso libro *El gen egoísta*. Este autor llega incluso más lejos, imaginando a los organismos como meros vehículos de propagación genética: “¿Qué es una gallina? El medio que tiene un huevo de hacer otro huevo”.

Hay que reconocer que Dawkins se exponía demasiado con estas afirmaciones y que ponía en bandeja a los múltiples detractores del enfoque evolucionista el recurso a la caricatura. Sin embargo, es justo decir que se ha malinterpretado el sentido de sus planteamientos, debido a una lectura demasiado literal, por varias razones:

- La eficacia biológica inclusiva no se refiere a una motivación consciente de los organismos, sino a una predisposición genética.
- Aumentar la eficacia biológica inclusiva (genética) es la función última de toda conducta, lo que no quiere decir que toda conducta esté genéticamente determinada. Como el propio Dawkins subraya en el último capítulo de su libro, el aprendizaje cumple la misma función como mecanismo de herencia que los genes.
- El término *egoísmo* es empleado por Dawkins como una mera metáfora, que significa que para explicar los costes y beneficios de una conducta, debemos hacerlo en relación con la ganancia o pérdida en propagación genética que esa conducta conlleva (por supuesto, estamos hablando de una explicación biológica). No existe ninguna connotación motivacional, ni implica que los organismos sean “moralmente” egoístas.

De hecho, a la Sociobiología clásica, centrada en lo genético, le interesan los efectos de la conducta (sobre los que actúa la selección natural), no las motivaciones ni las intenciones: no diferencia entre resultados intencionados y no intencionados, ni entre la conducta que beneficia a uno mismo y la que beneficia a los demás.

La selección por parentesco

Hamilton descubrió el mecanismo de la eficacia inclusiva estudiando el comportamiento de las abejas. En estos insectos, sólo una hembra de la colmena, la abeja reina, se reproduce, mientras las demás colaboran para sacar adelante a los descendientes de aquella. Puesto que las obreras comparten una gran parte de su dotación genética con la reina, el comportamiento “altruista” de las hembras estériles podría transmitirse a la siguiente generación a través de sus “sobrinas”. Es decir, al ayudar a la reina a sobrevivir y reproducirse, están contribuyendo también a propagar sus propios genes de forma indirecta. A partir de estos estudios, Hamilton desarrolló su modelo de la *selección por parentesco* (expresión inspirada en Darwin, y que tiene el sentido de que la selección no sólo actúa mediante la reproducción del individuo, sino también a través de la reproducción de los parientes), que explica la evolución de la conducta altruista en función de los beneficios que obtiene el receptor, los costes en los que incurre el donante y la relación de parentesco entre ellos. Para que este tipo de selección tenga lugar, es necesario que los

individuos sean capaces de reconocer de alguna forma quiénes son sus parientes y quiénes no. Hay diversos mecanismos que pueden servir para ese reconocimiento (véase el Cuadro 2.3):

Cuadro 2.3: *Mecanismos en los que se basa el reconocimiento de parientes.*

Distribución espacial	Tratar como parientes a los individuos que viven en la misma área geográfica.
Frecuencia de asociación	Tratar como parientes a los individuos con los que se interactúa frecuentemente.
Semejanza fenotípica	Tratar como parientes a los individuos que se parecen a uno mismo (física o psicológicamente) o a aquellos con los que uno se ha criado.
Reconocimiento genético	Tratar de forma innata como parientes a individuos que poseen una determinada marca genética.

Entender qué mecanismos hay implicados puede tener importantes consecuencias para la posible mejora de las relaciones entre grupos, por ejemplo. Si tenemos en cuenta la tendencia a favorecer a los que consideramos nuestros parientes, los dos primeros mecanismos sugerirían la conveniencia de que diferentes grupos vivan próximos e interactúen con frecuencia. De acuerdo con el tercer mecanismo, habría que iniciar la integración étnica en la etapa preescolar y fomentar la adopción de elementos externos similares (ropa, forma de hablar, costumbres y otros similares). El cuarto mecanismo hace más difícil la intervención porque el aprendizaje social no está implicado.

La ayuda a los parientes es un fenómeno tan generalizado que nadie lo considera especialmente meritorio, e incluso existen normas sociales para contrarrestar una tendencia tan arraigada en la naturaleza humana y evitar que dé lugar a situaciones injustas, como en el caso del nepotismo en el ámbito laboral o político.

Cuadro 2.4: *Altruismo selectivo.*

Burnstein, Crandall y Kitayama (1994) realizaron una serie de estudios para determinar en qué condiciones la decisión de ayudar a otros se ve influida por consideraciones de parentesco. A partir de los supuestos neodarwinistas sobre la eficacia biológica inclusiva, plantearon la hipótesis de que, puestos en la coyuntura de tener que decidir a quién ayudar, los participantes elegirían a los familiares cercanos antes que a los parientes lejanos o a los simples conocidos, pero esto sólo ocurriría en situaciones de vida o muerte, cuando la eficacia biológica inclusiva se viera reducida por la muerte del pariente. En situaciones menos críticas, la decisión se regiría por criterios de tipo moral y por normas sobre lo que es socialmente valorado, como ayudar al más necesitado o al más vulnerable (con lo que el donante de la ayuda mejora su reputación y “tranquiliza su conciencia”). Los resultados confirmaron la hipótesis, y no se encontraron diferencias ni en función del sexo de los participantes (los hombres y las mujeres hacían elecciones similares), ni en función de su nacionalidad (se comparaban sujetos estadounidenses y japoneses).

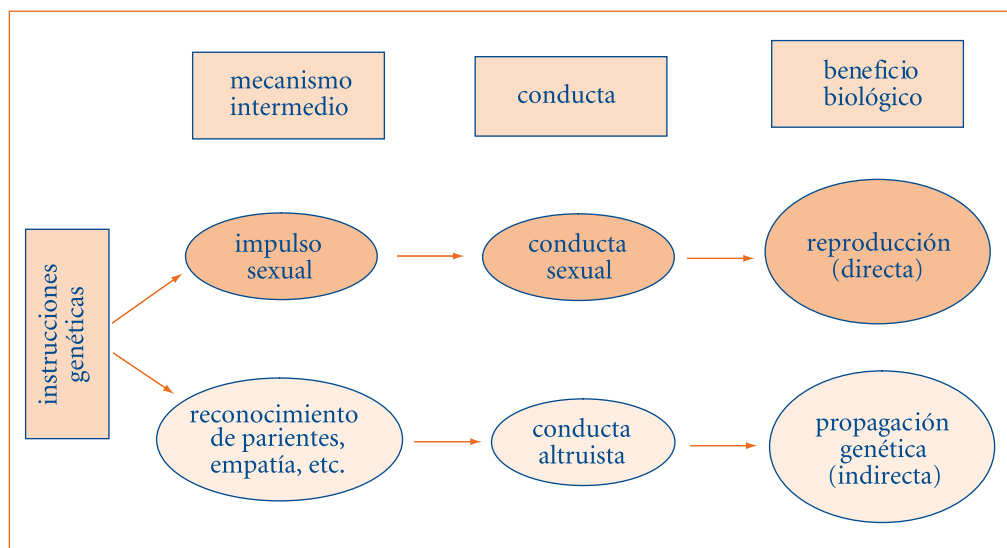
Sin embargo, en la naturaleza, especialmente en el caso del ser humano y de otros primates, no sólo se da el altruismo hacia los parientes. Unos años más tarde, otro sociobiólogo completaba la explicación de Hamilton.

El altruismo recíproco

El concepto de *altruismo recíproco* de Robert Trivers (1971) daba cuenta de aquellas conductas perjudiciales para el actor, pero cuyo efecto es beneficioso para otro individuo no emparentado: estaremos dispuestos a ayudar a personas que no sean parientes nuestros, siempre que tengamos ciertas garantías de que nos van a devolver el favor, a nosotros mismos o a nuestros parientes (con lo que nuestra eficacia inclusiva se vería igualmente beneficiada).

La Teoría del altruismo recíproco no simplifica tanto las relaciones entre genes y conducta, sino que da más importancia a otros factores intermedios distintos del reconocimiento del parentesco (emociones como la empatía, culpa, gratitud o rabia ante el engaño, procesos psicológicos como reconocimiento individual, memoria, y otros similares) necesarios para motivarnos a ayudar y corresponder a otros y para asegurarnos de que se cumplen las condiciones de reciprocidad. El altruismo recíproco implica riesgos, depende de la confianza y requiere rechazar o castigar a los individuos que no devuelven los favores (más adelante describiremos una investigación en la que se trata de descubrir los mecanismos que poseemos para detectar a los “tramposos”). No funciona con individuos que se ven poco o no se identifican ni saben quién les ha hecho un favor. Puesto que la devolución del favor no es inmediata, hace falta buena memoria y relaciones estables. Esto no quiere decir que los miembros de una especie necesiten tener en cuenta los beneficios del apoyo mutuo cuando se ayudan entre sí. Estos beneficios pueden ser tan indirectos y a tan largo plazo que sólo sean relevantes en una escala de tiempo evolutiva.

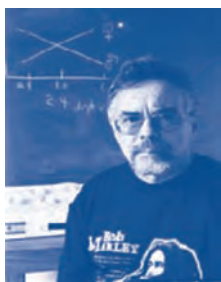
Figura 2.1: La eficacia biológica inclusiva es la combinación de dos formas en las que un rasgo o conducta pueden verse favorecidos por la selección natural: (1) contribuyendo a la reproducción del individuo, y (2) fomentando que sus genes se propaguen mediante la reproducción de sus parientes. La conducta sexual es un claro ejemplo de la primera vía, mientras que la conducta altruista, aunque puede suponer un obstáculo para la supervivencia y reproducción del individuo, suele ser muy rentable en términos biológicos.



La inversión parental

El último modelo que vamos a presentar también ha sido desarrollado por Trivers (1972). Las teorías de la selección por parentesco y el altruismo recíproco pretendían resolver el problema que la conducta altruista planteaba a la tesis darwinista de la eficacia biológica individual. Por su parte, la *Teoría de la inversión parental* se propone ampliar la concepción que Darwin tenía de la selección sexual como explicación de las diferencias físicas, mentales y conductuales entre sexos. Gracias a sus múltiples observaciones, él se había dado cuenta de que muchas especies poseen rasgos que aparentemente dificultan más que favorecen la supervivencia de los individuos y, de esos rasgos, sólo están presentes en uno de los sexos. La explicación que propuso era muy coherente. Esos rasgos han sido seleccionados porque contribuyen al éxito en el apareamiento. Y ¿cómo lo hacen? Por dos vías: mediante la selección que uno de los sexos hace entre los miembros del otro al elegir pareja (*selección intersexual*) y mediante la competición entre los miembros de uno de los sexos por el acceso a una pareja del otro sexo (*selección o competición intrasexual*). Aunque ambas estrategias pueden coexistir en una misma especie, lo normal es que en unas especies predomine la competición intrasexual y en otras la selección intersexual.

Lo que Trivers añadió a esta argumentación fue el factor que determina cuál de los sexos va a elegir y cuál va a competir. Según la Teoría de la inversión parental, el sexo que más invierte en su descendencia, por ser el que más tiene que perder, será el que elija para asegurarse de que no malgasta su inversión, mientras que el otro sexo sería el que compite para tener acceso al mayor número posible de oportunidades de apareamiento. Hay que aclarar que Trivers utiliza el término “inversión” en sentido biológico, no económico. La inversión sería la conducta que el progenitor realiza para asegurar la supervivencia y reproducción de sus descendientes a costa de su propia reproducción. Por ejemplo, en el caso de los mamíferos, las hembras invierten mucho más que los machos porque la fabricación de óvulos es mucho más escasa que la de espermatozoides, y además, una vez fecundadas, deben esperar un periodo relativamente largo hasta volver a ser fértiles, algo que no les ocurre a los machos. Eso implicaría, según la teoría, que serían las hembras las que elegirían y los machos los que competirían entre sí por sus favores, de manera que, a la larga, se seleccionarían los rasgos que resultan más atractivos para las hembras y los que favorecen el éxito en la competición entre los machos.



Robert Trivers. Catedrático de antropología y ciencias biológicas en la Universidad Rutgers (Nueva Jersey).

Es autor de algunas de las contribuciones más importantes de la biología evolucionista a la comprensión del comportamiento social.

Ahora bien, hay especies (como la humana) en las que el macho también invierte en el cuidado y manutención de las crías, no sólo en engendrarlas. Otro de los postulados de la teoría es que, en especies en las que los machos no pueden estar seguros de su paternidad, la inversión de tiempo y esfuerzo para sacar adelante a las crías supone un riesgo para su propia eficacia biológica, a menos que exista una confianza razonable en que esas crías no son de otro; es decir, en que comparten sus propios genes. Partiendo de esa premisa, y de los múltiples ejemplos

sobre el trato que los machos de otras especies dispensan a las crías de sus rivales reproductivos (los casos de infanticidio en roedores, felinos y primates), dos psicólogos evolucionistas, Martin Daly y Margo Wilson, obtuvieron uno de los hallazgos más conocidos de los estudios de esta disciplina, referido a las relaciones entre padrastros (y madrastras) y sus hijastros: que estas relaciones son mucho más conflictivas y con peores desenlaces que las de padres-hijos biológicos. Algunos estudios sociológicos habían encontrado que la familia es el contexto en el que se producen más homicidios, y lo explicaban como consecuencia de la mayor frecuencia de contacto (por ejemplo, Straus y Gelles, 1990). Si bien el hecho era cierto, contradecía claramente el principio neodarwinista del nepotismo, según el cual los organismos tienden a favorecer a sus parientes como vehículos de propagación de sus propios genes (véase el Cuadro 2.5).

Cuadro 2.5: El “efecto Cenicienta” (Daly y Wilson, 1998).



Martin Daly y Margo Wilson, profesores de Psicología de la Universidad McMaster (Canadá), conocidos por sus investigaciones sobre violencia familiar desde el enfoque de la psicología evolucionista, plantearon la hipótesis de que los padrastros, que están bastante seguros de que no son los progenitores biológicos de los hijos de su esposa, les dedicarán mucha menos atención y cuidados e, incluso, llegarán a maltratarlos. Y eso fue lo que encontraron. Los porcentajes de abuso y maltrato infantil son significativamente más altos en familias con padrastros o madrastras y, en estos casos, es el progenitor no biológico el perpetrador de tales actos.

Estos resultados contribuyeron a matizar el hallazgo de los sociólogos y demostraron que su explicación era insuficiente.

Pero ¿qué ocurre con los casos de familias en las que hay padrastro o madrastra y no se producen estos sucesos? Su elevada frecuencia invalida la idea de que sean la excepción que confirma la regla. La respuesta la encontramos en la Teoría del altruismo recíproco, que, como hemos visto, postula que con tal de conseguir que sus propios genes se propaguen, los organismos son capaces hasta de ayudar a otros a propagar los suyos, si están seguros de que les devolverán el favor. Desde esta perspectiva, un macho no tiene por qué ser el padre biológico de una cría para obtener beneficios si la cuida. En el caso que nos ocupa, un padrastro puede conseguir mucho más en términos de eficacia reproductiva si trata bien a los hijos de su esposa que si los maltrata.

La Teoría evolucionista supone una fuente inagotable de preguntas e hipótesis, y también de métodos, que resultan útiles para comprender la conducta humana. Aparte del planteamiento de hipótesis basadas en la teoría de la evolución, existen otros métodos para rastrear los orígenes de la psicología humana, como son el estudio del registro fósil (que es tarea de los paleoantropólogos) y la comparación entre especies filogenéticamente cercanas, en concreto, los primates. El objetivo de estas comparaciones es tratar de determinar por qué un rasgo concreto aparece en una especie y no en otras. Se supone que, si aparece sólo en una, su origen será posterior al momento en que ésta se separó del tronco común con especies cercanas. En el siguiente apartado veremos algunos ejemplos, tomados sobre todo de la investigación de los etólogos humanos y los primatólogos, por un lado, y de los psicólogos evolucionistas, por otro. Por último, expondremos una línea de investigación desarrollada por psicólogos sociales que toma como marco de referencia el enfoque evolucionista.

2.4 Cómo se estudian los procesos psicosociales desde la perspectiva evolucionista. Algunos ejemplos

Mientras la Psicología evolucionista se decanta por analizar la conducta humana a partir del planteamiento de hipótesis basadas en la Teoría neodarwinista, la Etología humana aborda el estudio de la base biológica que subyace en la conducta social tanto mediante la investigación comparada de distintos grupos animales como indagando en busca de los mecanismos más básicos del comportamiento social de nuestra propia especie.

El estudio de especies cuyos individuos viven en grupos (fundamentalmente primates; véase el Cuadro 2.6) hizo comprender a los etólogos, allá por los años cincuenta del siglo pasado, que el grupo era el contexto en que se producía la conducta individual y que ésta evoluciona no sólo dentro de un ambiente físico, sino también dentro de un ambiente social. Los individuos que no se adaptaban a las normas del grupo o cuyos rasgos conductuales eran demasiado desviados, tenían menos probabilidades de reproducirse y eran más susceptibles de ser expulsados del grupo.

La adaptación de los individuos al medio social implicaba ajustarse a las respuestas de otros o modificarlas, lo que daba lugar a elaborados mecanismos sociales que facilitaban la existencia del grupo, de gran importancia para la supervivencia de los individuos. Los etólogos (sobre todo primatólogos) empezaron a estudiar de forma sistemática las relaciones entre individuos dentro del grupo, las interacciones entre grupos y el papel que desempeñan los factores ecológicos en la dinámica de las estructuras sociales.

Cuadro 2.6: *Utilidad de los estudios etológicos con primates no humanos para la Psicología social.*

Su utilidad reside en que permiten extraer inferencias sobre el comportamiento social de nuestra propia especie, entre otros, en los siguientes aspectos:

- Ponen de manifiesto la diversidad de la organización y la conducta social dentro del grupo zoológico al que pertenecemos en relación con las exigencias del medio.
- Aportan sugerencias sobre la probable evolución de los mecanismos que regulan la interacción dentro del grupo.
- Proporcionan análisis de los sistemas de comunicación que precedieron a la evolución del lenguaje y que conservamos en la comunicación no lingüística.
- # Permiten aislar las características únicas que han evolucionado en nuestra propia especie.

Un ejemplo de la conciencia que algunos psicólogos sociales tienen de esta utilidad es el análisis que hace Nick Haslam (1997) de las relaciones sociales y el sistema sociocognitivo que las sustenta. Este autor se basa en los modelos básicos de organización social propuestos para los grupos humanos por el antropólogo Alan Fiske (1991a), modelos que se describen en el Capítulo 3 de este volumen, e intenta aplicarlos a las formas de organización social puestas de manifiesto en otras especies por las investigaciones de los primatólogos.

Tres de los cuatro modelos relacionales de Fiske en humanos aparecen también en otros primates: el basado en la percepción de los demás como semejantes, en la interdependencia y la solidaridad; el que organiza las relaciones en términos de jerarquías de estatus, y el basado en la igualdad y la reciprocidad. Sólo el último, el basado en el cálculo proporcional de costes-beneficios, parece exclusivo de la especie humana. En palabras de Haslam, este análisis “desafía la visión fuertemente discontinua de la cognición social según la cual las adaptaciones sociocognitivas de las que dependen la cultura y el aprendizaje cultural humanos aparecieron después de la diferenciación del hombre y el chimpancé” (p. 312).

A partir de estos estudios, los etólogos sugieren que, puesto que las capacidades sociales y cognitivas del ser humano tienen que haber evolucionado mediante la acción de la selección

natural, ha sido probablemente la necesidad de manejar complejas estrategias sociales a lo largo de nuestra historia evolutiva la que ha favorecido que se desarrollen las capacidades que hoy poseemos. Esta idea es lo que se conoce como “hipótesis de la inteligencia social”, que ha dado lugar a una fructífera área de investigación a partir, sobre todo, de los planteamientos de Humphrey (1976). Las dos ediciones de *Machiavellian Intelligence* (Byrne y Whiten, 1988; Whiten y Byrne, 1997) ofrecen una muestra bastante representativa de trabajos a favor y en contra de esta hipótesis. Aunque sería muy ilustrativo presentar aquí algunos estudios etológicos realizados con primates no humanos, las limitaciones de espacio no nos lo permiten. Puede encontrarse una buena selección de los más relevantes en de Waal (2001a) y, en castellano, algunos ejemplos en Gaviria (1996). Aquí, nos centraremos en una pequeña muestra de lo que los etólogos han investigado sobre nuestra especie.

Estudios etológicos sobre la conducta social humana

Muchos aspectos de la conducta humana son tan universales que resulta difícil no considerarlos como productos de la combinación de materia prima biológica y modificación cultural, más que como una invención de cada cultura independiente. La Etología humana lleva varias décadas acumulando datos sobre la interacción entre nuestras disposiciones y potencialidades innatas y las características del contexto social y cultural, en gran medida inspirándose en estudios sobre primates no humanos. De esta forma, han encontrado que ciertas tendencias conductuales son prácticamente omnipresentes en los seres humanos; es decir, son panculturales, algunas de las cuales nos diferencian de otras especies y pueden considerarse, por tanto, características de la naturaleza humana. No obstante, la forma concreta que adoptan dichas tendencias depende del contexto social y cultural en que viven los individuos. Por ejemplo, existe una gran cantidad de datos de especies no humanas que muestran la presencia de respuestas preferentes a ciertas configuraciones estímulares. Pero también nuestra especie posee una tendencia a responder automáticamente ante determinados estímulos. Un ejemplo bastante conocido es la respuesta maternal (o paternal) que provocan ciertas características de los bebés (véase el Cuadro 2.7).

Cuadro 2.7: Rasgos de los bebés como estímulos desencadenantes de respuestas innatas.



Los etólogos sostienen que nuestra responsividad específica a las características de los bebés ha sido seleccionada a lo largo de la evolución de nuestra especie porque aumenta las oportunidades de supervivencia de los individuos en un momento de la vida en que son totalmente vulnerables y dependientes de los adultos. Por supuesto, en nuestro comportamiento concreto con los bebés intervienen decisivamente factores culturales, sociales e individuales, que darían diferentes formas a esa tendencia común a toda la especie.

Konrad Lorenz (1943) observó que muchos de los animales de los dibujos de Walt Disney mostraban rasgos que parecían caricaturas de esas características de los bebés humanos (frente grande y redondeada, ojos grandes, nariz pequeña y grandes mofletes) *. Diversos estudios experimentales posteriores han apoyado su hipótesis de que los seres humanos respondemos de forma preferente a esos estímulos.

* Un ilustrativo análisis de la progresiva “infantilización” de Mickey Mouse desde su aparición a finales de los años veinte hasta la actualidad, y de las connotaciones que esa evolución tiene en relación con los valores de la sociedad estadounidense, se puede encontrar en el libro de Stephen Jay Gould, *El pulgar del panda*.

Además de características estructurales, como los rasgos de la cara en el bebé, determinadas posturas, movimientos o conductas también pueden actuar como estímulos desencadenantes de respuestas automáticas en otro individuo de la especie. Estos movimientos expresivos, muchas veces en combinación con estructuras especiales, provocan una reacción concreta y apropiada en un congénere y son, por tanto, la base de un sistema de comunicación innato. Su función es informar al otro sobre lo que uno va a hacer en un futuro inmediato.

Aunque en nuestra especie los movimientos expresivos de carácter social están bastante relegados por el lenguaje, también poseemos algunos de esos movimientos señalizadores en nuestra conducta no verbal (posturas, gestos, y otros similares), fenómeno bastante estudiado por los etólogos humanos. Las señales empleadas en la comunicación no verbal humana cumplen una importante función en la interacción y las relaciones entre individuos. La extensa gama de señales comunicativas humanas va desde las que son panculturales hasta las idiosincrásicas de cada individuo. Los etólogos, lógicamente, se han interesado más por las primeras (por ejemplo, Eibl-Eibesfeldt, 1973).

Ciertos movimientos expresivos humanos, como la sonrisa y el llanto, aparecen incluso en bebés que han nacido sordos y ciegos, por lo que no es probable que las influencias culturales desempeñen un papel muy importante en el desarrollo de su forma característica. Por otra parte, las situaciones que provocan dichos movimientos expresivos, y el significado que se les asigna, difieren considerablemente de una cultura a otra, y a veces de un individuo a otro, dentro de una misma cultura. Un estudio etológico típico en este área es el de Jan van Hoof sobre la evolución de la risa y la sonrisa humanas (véase el Cuadro 2.8).

Cuadro 2.8: *Evolución de la risa y la sonrisa humanas.*

Van Hoof (1972), a partir de un exhaustivo estudio comparado de expresiones faciales en diversas especies, sobre todo de primates, propuso que nuestra sonrisa y nuestra risa están filogenéticamente relacionadas con dos expresiones presentes en otros primates: la mueca de miedo (expresión con dientes descubiertos) y la “cara de juego” (boca abierta relajada, sin mostrar mucho los dientes). Según los estudios comparados de los etólogos, a lo largo de la historia evolutiva de los primates, la expresión de dientes descubiertos en silencio, que originalmente era una pauta propia de situaciones defensivas o de protección (por ejemplo, cuando el animal quería huir de otro y no podía), llegó también a significar sumisión, ausencia de hostilidad y, finalmente, actitud amistosa. La expresión de boca abierta relajada está siempre asociada a situaciones de juego brusco simulando peleas y persecuciones, típico de los individuos jóvenes del grupo y, a menudo, va acompañada de vocalizaciones. La sonrisa y la risa humanas habrían evolucionado a partir de una mezcla de esas dos expresiones, y los resultados de algunos estudios sobre las situaciones en las que se emplean parecen apoyar esa hipótesis (se ha encontrado, por ejemplo, que los niños utilizan la sonrisa para apaciguar a otro que es dominante sobre ellos). Estudios más recientes (Vettin y Todt, 2005) han puesto de manifiesto la continuidad no sólo de las expresiones faciales, sino también de las vocalizaciones que las acompañan (concretamente a la risa). Una vez más, lo que se propone es la continuidad evolutiva de la tendencia conductual, en este caso de las pautas expresivas, pero no necesariamente de los contextos en los que se utilizan, que estarían mucho más determinados por variables culturales (por ejemplo, en algunas culturas la risa es una conducta habitual en los funerales). La naturaleza de los factores que provocan la emoción expresada depende mucho de la experiencia social, y esa experiencia social influye también en el grado en que el estado interno en cuestión es expresado (hay culturas mucho más restrictivas que otras en cuanto a la expresión de las emociones o determinadas emociones, pero no de otras).

Los etólogos también han explorado algunas áreas de las relaciones interpersonales y grupales en busca de huellas de la selección natural, favorecedora de aquellas soluciones que hayan

sido más adaptativas en nuestro pasado evolutivo. Un ejemplo es el estudio del desarrollo de las relaciones sociales que mantiene el individuo desde que nace hasta que alcanza la edad adulta (véase el Cuadro 2.9).

Cuadro 2.9: *Desarrollo de las relaciones sociales.*

La evolución que van experimentando las relaciones que mantiene la persona, primero con la madre, luego también con el padre, los hermanos, los familiares y otros adultos, los compañeros de edad y así, sucesivamente, suponen cambios en su ambiente social. Debe ir adaptándose a ellos poco a poco, ya que le proporcionan el medio adecuado para su desarrollo personal en cada etapa de su vida. Por ejemplo, le ayudan a pasar de la dependencia de la madre al rechazo de ésta. También el hecho de que prefiera a los compañeros de su edad es ventajoso para aprender estrategias sociales y adaptarse a la vida en grupo. Es posible encontrar principios similares en primates no humanos y humanos referentes al modo en que los individuos forman relaciones durante su ontogenia.



Por lo que se refiere a la transición que realiza el niño desde el apego casi exclusivo a los padres a los primeros signos de independencia, diversos estudios han mostrado que suele ser la madre o ambos progenitores los que inician el proceso, muchas veces en contra de los deseos del niño (las escenas que se presencian en las guarderías el primer día son bastante reveladoras en este sentido), lo que sería una explicación en términos de causas inmediatas.

No obstante, también puede darse una explicación funcional. La preferencia de los iguales sobre los adultos, una vez que la necesidad de protección está satisfecha y el ambiente se ha hecho familiar, posee una función biológica. Las relaciones amistosas con personas conocidas de un nivel de maduración semejante y con capacidades y características físicas similares proporcionan la base óptima para el desarrollo social porque permiten la experimentación directa de conductas correctas o incorrectas, que son funcionales para la competencia social. Y la competencia social puede considerarse crucial para la supervivencia y la reproducción.

En la interacción con adultos muchas conductas, como las que socialmente se consideran negativas, serían censuradas. Sin embargo, estas conductas también fomentan el desarrollo social; por ejemplo, la capacidad para atacar a otros y para controlar la hostilidad de otros se potencian en el juego brusco, y estrategias tan valiosas socialmente como la reconciliación o el apaciguamiento tras un conflicto se aprenden mucho antes, si se practican en conflictos reales con otros, aunque tan a menudo reprimidos por los padres y los educadores.

Esta forma de entender el desarrollo social como una interacción continua entre la persona y las exigencias del contexto social cambiante es característica del enfoque etológico. Se trata de una cuestión de gran importancia porque el niño no es considerado como un adulto en miniatura, o sin terminar, sino como una persona que debe adaptarse al medio en que vive para poder llegar a ser adulto, lo que exige que desarrolle mecanismos apropiados para cada situación. Por eso, al etólogo no le interesa a qué edad los niños adquieren determinadas capacidades adultas, sino cómo se las van arreglando para resolver los problemas que se les van presentando en cada momento. Y la forma en que lo consigan probablemente tendrá importantes consecuencias para su funcionamiento posterior. En este punto, se distinguen de los sociobiólogos, cuyo interés primordial es el periodo en el que tiene lugar la reproducción y la transmisión genética, es decir, la edad adulta.

Los etólogos han hecho aportaciones en el estudio de otros aspectos de la conducta social humana, como el apego entre madre e hijo, la elección de pareja, el cortejo y la conducta sexual, el papel de los rituales en la regulación de la interacción, la territorialidad y el valor

de la propiedad y de la intimidad, los aspectos funcionales de la agresión, la dinámica de las relaciones dentro del grupo o la cognición social, pero las limitaciones de espacio nos impiden abundar más en ello (puede encontrarse una amplia muestra de trabajos etológicos en von Cranach, Foppa, Lepenies y Ploog, 1979; también en Eibl-Eibesfeldt, 1989).

A continuación, expondremos un único ejemplo, aunque con cierto detalle, de la investigación de los psicólogos evolucionistas (en apartados anteriores hemos tenido ocasión de ver otros. Pueden encontrarse muchos más, por ejemplo, en Barrett, Dunbar y Lycett, 2002; en Schaller, Simpson y Kenrick, 2006; y en Simpson y Kenrick, 1997).

Mecanismos psicológicos adaptados para la detección de tramposos

El supuesto central de la Psicología Evolucionista es que el cerebro humano está compuesto por un gran número de *mecanismos especializados* o *algoritmos* (circuitos de procesamiento de la información, emociones, preferencias y tendencias específicas para cada contexto) que fueron moldeados por la selección natural a lo largo de vastos periodos de tiempo para resolver problemas que nuestros ancestros encontraban reiteradamente, tales como elegir qué alimentos comer, repartir la inversión (recursos, cuidado, y otros similares) entre los hijos, seleccionar pareja, o reconocer a los parientes. Se trata de mecanismos innatos de aprendizaje especializado que organizan la experiencia en esquemas significativos desde un punto de vista adaptativo. Una vez activados por un determinado problema, focalizan la atención, organizan la percepción y la memoria y recuperan el conocimiento especializado que conduce a hacer inferencias, juicios y elecciones apropiadas para ese contexto particular. La Psicología Evolucionista intenta explicar la naturaleza de esos problemas ancestrales concretos y desarrollar y poner a prueba modelos sobre los mecanismos psicológicos y las estrategias conductuales que supuestamente han evolucionado como solución a esos problemas (véase el Cuadro 2.10).

Cuadro 2.10: ¿Para qué tipo de vida estamos adaptados?

A partir de lo que se sabe de los cazadores-recolectores actuales, se supone que la forma de vida que ha caracterizado aproximadamente el 95% de nuestra historia como especie y, por tanto, constituye nuestro “ambiente de adaptación evolutiva”, consiste en formar sociedades simples, con caza y recolección no intensivas en pequeñas bandas nómadas con un sistema de autoridad descentralizado, una reciprocidad generalizada, escasa riqueza, igualdad de estatus entre los machos adultos y alianzas difusas y flexibles entre bandas (Knauff, 1991).

Según los psicólogos evolucionistas, los problemas que tenían que afrontar y resolver nuestros ancestros del Pleistoceno no suelen coincidir con los que ahora se le presentan al ser humano, porque el ambiente ha cambiado drásticamente desde entonces. Esto muchas veces da lugar a un desajuste entre los mecanismos ancestrales que hemos heredado y las demandas del medio en que vivimos.

Uno de esos problemas, que afecta especialmente al altruismo recíproco como estrategia adaptativa, es la detección de “tramposos”, puesto que depende de que los “favores” se devuelvan.

Leda Cosmides y John Tooby son dos psicólogos evolucionistas que se han preocupado de investigar cómo solucionamos los seres humanos este problema. Aunque su interés era más amplio: explorar la hipótesis de la existencia de mecanismos cognitivos heredados especializados para la vida social (también llamados *algoritmos*) en la mente humana. Para ello, estos autores han desarrollado durante casi veinte años un programa de investigación experimental y se han centrado sobre todo en el razonamiento sobre el intercambio social, es decir, sobre

interacciones en las que los implicados dan y reciben, de forma recíproca, recursos o favores. Las razones que los autores aducen para la elección de este objeto de estudio se exponen en el siguiente cuadro:

Cuadro 2.11: *Cómo justifican Cosmides y Tooby su decisión de estudiar los mecanismos psicológicos evolucionados para la detección de “tramposos”.*

1. Existe una base teórica consolidada y clara sobre el intercambio social desde el punto de vista evolucionista (Teoría del altruismo recíproco) que permite la formulación y contrastación de hipótesis.
2. Es bastante probable que las situaciones de intercambio social hayan constituido uno de los problemas recurrentes a los que se han tenido que enfrentar nuestros ancestros durante millones de años y que exigen, por tanto, el empleo de mecanismos especialmente adaptados. Esta suposición se ve apoyada por varios tipos de evidencia empírica:
 - La conducta de intercambio social es universal, y además muy elaborada en todas las culturas humanas actuales incluyendo las de cazadores-recolectores lo que indica que no es una invención reciente.
 - Los primates más cercanos filogenéticamente al ser humano, los chimpancés, también practican formas muy refinadas de intercambio recíproco, lo que implica que algunas adaptaciones cognitivas para el intercambio social estaban presentes en la línea de los homínidos por lo menos desde antes de separarnos de los chimpancés, hace entre cinco y diez millones de años. Por no hablar de las observaciones de conductas de intercambio en otros primates más alejados de nosotros.
 - Los datos paleoantropológicos también sugieren la antigüedad de este tipo de comportamientos (intercambio de carne por diversos servicios, por ejemplo).
3. Demostrar la existencia de mecanismos cognitivos especializados en contenidos de intercambio social, pero no activados ni aplicados a contenidos diferentes, supondría demostrar también lo erróneo del modelo estándar de las ciencias sociales, que predice que los procedimientos de razonamiento aplicados a situaciones de intercambio social deberían ser los mismos que se aplican a otro tipo de contenidos, y que cualquier variabilidad encontrada sería debida a variables experimentales, no al contenido en sí.

En lugar de “intercambio social”, Cosmides y Tooby prefieren hablar de *contrato social*, definido como una situación en la que una persona está obligada a satisfacer un requisito de determinado tipo, normalmente (pero no necesariamente) con cierto coste para ella, para tener derecho a recibir un beneficio de otro individuo (o grupo). El coste en el que incurre para satisfacer el requisito queda compensado por el beneficio que recibe a cambio. En este contexto, un *tramposo* es una persona que se beneficia ilícitamente, recibiendo un beneficio sin satisfacer el requisito correspondiente.

Para confirmar la hipótesis de que existen procedimientos de inferencia especializados para la detección de tramposos es necesario demostrar que:

- Esos procedimientos están bien diseñados para detectar tramposos en contratos sociales.
- Sus características no se explican mejor como subproductos de procesos cognitivos que evolucionaron para resolver algún otro tipo de problema, o una clase más general de problemas.

A la hora de elegir el paradigma experimental, Cosmides y Tooby recurrieron, por su paralelismo, a los estudios sobre razonamiento humano, concretamente sobre detección de violaciones de reglas condicionales (*si p entonces q*). La abundante literatura sobre el tema indicaba que las personas no somos buenos detectores de violaciones de este tipo de reglas, ni siquiera cuando se refieren a contenidos familiares sacados de la vida cotidiana. Por eso se trataba de un buen punto de referencia. En efecto, si se demuestra que las personas normalmente

no son capaces de detectar violaciones de reglas condicionales, pero que sí pueden hacerlo cuando las violaciones representan trampas en un contrato social, se tendría una prueba de que las personas poseen procedimientos de razonamiento especialmente diseñados para detectar tramposos en situaciones de intercambio social.

La amplia serie de experimentos llevados a cabo por Cosmides, Tooby y sus colegas con este paradigma, ha podido demostrar los siguientes puntos (véase el Cuadro 2.12):

Cuadro 2.12: Conclusiones de los estudios de Cosmides y Tooby (1992).



Leda Cosmides (psicóloga) y John Tooby (antropólogo), de la Universidad de California en Santa Bárbara, son los fundadores de la Psicología evolucionista, inspirada sobre todo en las ideas de Hamilton y Trivers.

1. Los *algoritmos* (mecanismos) que gobiernan el razonamiento sobre contratos sociales (situaciones de intercambio social) incluyen procedimientos de inferencia especializados para la detección de tramposos. El porcentaje de personas que responden correctamente en tareas de detección de violaciones de contratos sociales es significativamente superior al de las que resuelven correctamente problemas sobre violación de otro tipo de reglas.
Si se plantea a las personas situaciones poco cotidianas que implican contratos sociales, sus respuestas a la hora de detectar violaciones de las reglas son significativamente mejores que ante situaciones familiares que no impliquen contrato social.
2. Estos procedimientos de detección de tramposos no pueden detectar violaciones que no correspondan a “trampas” (por ejemplo, errores). Cuando se plantean situaciones en las que las reglas de contrato social se violan de forma no intencionada, los sujetos responden peor.
3. Los algoritmos que gobiernan el razonamiento sobre contratos sociales operan incluso en situaciones no familiares.
4. La definición de *trampa* a la que se refieren esos algoritmos depende de la perspectiva de cada uno. Imaginemos la siguiente regla de contrato social: “si un empleado consigue una pensión, entonces ha debido trabajar para la empresa por lo menos 10 años”. Lo que se considera coste y lo que se considera beneficio depende de si uno es el empleado o el empresario. Un tramposo seguirá siendo el que viole la regla, pero desde la perspectiva del empresario el tramposo será el que coge la pensión sin haber trabajado los 10 años, mientras que desde la perspectiva del empleado el tramposo será el que no paga la pensión, a pesar de que el trabajador ha pasado más de 10 años en la empresa.
5. A la hora de calcular la representación de costes y beneficios de un contrato social, los algoritmos funcionan con igual exactitud desde la perspectiva de las dos partes. Las personas resuelven correctamente la tarea tanto cuando se les asigna un papel como cuando se les asigna el complementario.
6. Los algoritmos no pueden operar para detectar tramposos, a menos que a la regla se le haya asignado la representación de coste-beneficio de un contrato social.
7. Incluyen procedimientos de implicación (por ejemplo, “si aceptas el beneficio, estás obligado a pagar el coste” que implica que “si has pagado el coste, tienes derecho a recibir el beneficio”).
8. No incluyen procedimientos de detección de altruistas. Cuando la tarea consiste en detectar individuos que violan la regla en sentido opuesto, es decir, pagan el coste pero renuncian al beneficio, las personas la resuelven peor.

La Psicología Evolucionista es el enfoque que más repercusión está teniendo entre los psicólogos sociales, probablemente debido a su mayor interés por los aspectos cognitivos, y no sólo por la conducta, y porque se percibe quizá como una disciplina más cercana que otras

(tanto la Etología como la Sociobiología proceden de la Biología, y la Ecología conductual se relaciona sobre todo con la antropología). Por otra parte, al centrarse exclusivamente en el ser humano y no estudiar otras especies (su principal punto de referencia evolutivo son nuestros ancestros de la edad de piedra), sus investigaciones parecen más relevantes para los intereses de los psicólogos sociales. A continuación, exponemos un ejemplo que ilustra esa influencia en el estudio de un fenómeno típicamente psicosocial.

Una visión evolucionista del prejuicio

El estudio del *prejuicio* posee una larga tradición en Psicología social, y ha dado lugar a la acumulación de una importante cantidad de datos que contribuyen a esclarecer los múltiples aspectos del fenómeno (véase el Capítulo 22 de este manual). Aquí vamos a exponer la orientación que algunos psicólogos sociales han dado a sus investigaciones sobre el prejuicio, basándose en planteamientos evolucionistas.

La perspectiva evolucionista sostiene que muchos estereotipos, prejuicios y tendencias discriminatorias son el resultado de mecanismos psicológicos que han evolucionado porque proporcionaban beneficios adaptativos a nuestros ancestros, protegiéndoles a ellos y a sus parientes de amenazas sociales concretas:

- Amenazas contra la salud (por ejemplo, peligro de contagio de alguna enfermedad).
- Amenazas contra la integridad física.
- Amenazas contra los recursos que les proporcionaba su propio grupo (territorio, propiedades, nivel económico).
- Amenazas contra las estructuras y los procesos que favorecen el buen funcionamiento del grupo (reciprocidad, confianza mutua, valores comunes, estructuras de autoridad que garanticen la organización de los esfuerzos individuales y el reparto de los recursos grupales, mecanismos de socialización y otros similares).

En los seres humanos, como en otros animales, ha evolucionado una sensibilidad a la presencia de claves que anuncian amenazas para el bienestar, así como la tendencia a responder a esas claves con reacciones emocionales y asociaciones cognitivas que operan conjuntamente e impulsan conductas concretas, diseñadas para mitigar el impacto potencial de la amenaza.

La relación entre una clave y una supuesta amenaza es de carácter fundamentalmente heurístico; es decir, se basa en meras probabilidades, puesto que su función es facilitar la reacción rápida ante la posible amenaza, lo que a veces puede dar lugar a errores. Por ejemplo, aunque un hombre que se acerca a nosotros corriendo puede normalmente plantear un peligro físico real, también puede venir para proporcionar ayuda.

Ahora bien, el que nazcamos siendo sensibles a claves que implican algún tipo de amenaza no significa que esa sensibilidad esté ya programada hacia señales concretas. Aunque probablemente existen algunas a las que somos automáticamente sensibles, como lo sugiere el hecho de que la reacción inmediata ante ellas es igual en todas las culturas e, incluso, en otras especies (sobre todo, claves relacionadas con amenazas a la salud y la seguridad física, como cuando un individuo desconocido se nos acerca rápidamente), la mayoría adquiere su significado gracias a nuestra capacidad innata para aprender de forma especialmente rápida aquellas características que predicen amenazas potenciales dentro de nuestro propio contexto.

Por ejemplo, no sería coherente decir que el prejuicio racial es producto de la evolución, puesto que el contacto con grupos étnicos diferentes es algo demasiado reciente en la historia

de la especie humana como para que haya podido sufrir los efectos de la selección natural. Lo que probablemente sí ha evolucionado es un aparato psicológico que es:

- Sensible a las amenazas potencialmente planteadas por otros grupos (exogrupos).
- Perspicaz en cuanto a qué clases generales de claves implican pertenencia a exogrupos (por ejemplo, forma de hablar, rasgos físicos, costumbres).
- Inclinado a aprender qué características específicas dentro del ambiente local señalan la pertenencia a exogrupos concretos.

Desde este punto de vista, las personas no tienen prejuicios contra ciertos grupos por sí mismos, sino por las amenazas que perciben en esos grupos. Esto es lo que sostienen Cottrell y Neuberg, dos psicólogos sociales defensores del enfoque del prejuicio como respuesta funcional ante la percepción de amenaza.



Catherine Cottrell
Universidad de Florida



Steven Neuberg
Universidad del
Estado de Arizona

En una serie de estudios en los que analizaban las percepciones de amenaza, los prejuicios, las reacciones emocionales y las inclinaciones conductuales de estudiantes estadounidenses de origen europeo hacia un amplio número de grupos de distintas características étnicas, nacionales, religiosas, ideológicas y de orientación sexual, Cottrell y Neuberg (2005; Neuberg y Cottrell, 2002) encontraron que diferentes grupos evocaban percepciones de amenaza muy distintas, que se asociaban con patrones emocionales y tendencias conductuales también diferentes.

Por ejemplo, según las respuestas de los participantes, los individuos afroamericanos y los de origen mexicano les evocaban percepciones de mayor amenaza contra la integridad física, mayores niveles de miedo y una mayor inclinación a conductas de protección, como llevar armas, aprender técnicas de defensa personal o votar a favor de un aumento de la vigilancia policial. En cambio, los fundamentalistas cristianos y las feministas activistas eran percibidos como amenazantes para los valores y la libertad personal, y evocaban perfiles emocionales caracterizados por niveles relativamente altos de aversión moral y de ira, e intenciones de conducta encaminada a proteger los propios valores y la libertad, como sacar a sus hijos de colegios donde enseñaran personas pertenecientes a esos grupos, impedir a los niños que leyeran libros o vieran programas de televisión sobre ellos y protestar contra la participación de esas personas en organismos gubernamentales encargados de elaborar leyes y políticas sociales.

Estos resultados se vieron confirmados por dos estudios experimentales en los que se hacía creer a los participantes que un número considerable de personas pertenecientes a diversos grupos (ficticios) se estaban trasladando a vivir en la misma zona donde ellos residían, y se

manipulaba el tipo concreto de amenaza que cada uno de estos grupos supuestamente planteaba (Wilbur, Shapiro y Neuberg, 2005; citado en Neuberg y Cottrell, 2006).

Aparte de demostrar la especificidad emocional del prejuicio, una cuestión que está actualmente en el candelero, como se verá en el Capítulo 22, estos estudios ponen de manifiesto que no es la naturaleza de los grupos en sí lo que causa esa reacción, sino las amenazas que se perciben en ellos. De hecho, al controlar estadísticamente el efecto de la amenaza percibida en los diferentes grupos, el tipo de grupo apenas predecía la respuesta emocional de los participantes, mientras que el carácter de la amenaza sí tenía poder predictivo después de controlar el tipo de grupo. Según los autores, esto sugiere una continuidad entre los prejuicios sociales y los mecanismos evolucionados más básicos (no sociales) que vinculan amenazas específicas con emociones y tendencias conductuales concretas, lo que explicaría por qué los prejuicios contra determinados grupos cambian con el tiempo e, incluso, desaparecen.

Este énfasis en la especificidad de las amenazas y de las emociones, y en la relación entre percepción de amenaza, experiencia emocional y tendencia conductual es lo que diferencia este enfoque de otros que también explican el prejuicio como respuesta a la amenaza percibida, como la teoría integrada de la amenaza, de Stephan y Stephan (véase el Cuadro 22.7 del Capítulo 22).

Un aspecto que influye en la percepción de amenaza, y por tanto en el prejuicio, es la sensación de vulnerabilidad ante ese tipo de amenaza, bien porque la situación sea especialmente propicia o porque la persona sea especialmente sensible. Dos experimentos llevados a cabo por Schaller, Park y Mueller (2003) pusieron en evidencia el efecto de esa interacción entre las características de la situación y las creencias y preocupaciones personales en la evaluación de un estímulo social como más o menos amenazante.



Mark Schaller. Universidad de la Columbia Británica (Canadá)

En el primer estudio, los participantes (estudiantes blancos) debían, primero, cumplimentar una escala para valorar su preocupación por la seguridad física (la Escala de creencias en un mundo peligroso, BDW, de Altemeyer, 1988) y, a continuación, en una habitación bien iluminada o en una casi totalmente a oscuras, visionar una serie de diapositivas de jóvenes afroamericanos. Con esta estrategia los autores intentaban provocar sensación de vulnerabilidad y preocupación por la protección personal. Se basaban en el supuesto de que la oscuridad debió de ser un indicador válido de vulnerabilidad a ataques físicos en tiempos de nuestros ancestros, por lo que habrá evolucionado en nosotros una inclinación psicológica al miedo a la oscuridad. Los participantes debían después valorar hasta qué punto una serie de características eran estereotípicas de los afroamericanos, algunas de las cuales estaban relacionadas con la amenaza a la integridad física (por ejemplo, hostilidad), y otras no, aunque también eran negativas (por ejemplo, ignorancia).

En el segundo estudio se sustituyó la exposición a fotografías y la valoración sobre la estereotipicidad de los rasgos por la realización de un Test de asociación implícita (IAT, véase la descripción de este test en el Capítulo 17) en el que había que vincular estímulos de personas afroamericanas y blancas con rasgos evaluativos. Algunos de estos rasgos connotaban peligro o seguridad y otros eran agradables o desagradables, pero sin esa connotación. Los resultados mostraron lo siguiente:

- Ni la oscuridad de la sala ni la tendencia personal a una mayor sensación de vulnerabilidad (medida por la escala de creencias) influían en las valoraciones de las diapositivas o en el IAT en cuanto a los rasgos irrelevantes para el peligro físico.
- En los participantes con altas puntuaciones en la escala BDW se activaban los estereotipos relacionados con el peligro, sólo si habían sido expuestos a la condición de la sala oscura.

Los autores extraen la conclusión de que las creencias de las personas (en este caso, relativas al peligro para la integridad física) facilitan la activación de estereotipos funcionalmente relevantes, pero este efecto se da sobre todo en circunstancias que sugieren (de forma heurística) vulnerabilidad al daño. Otros estudios han encontrado resultados similares para otros tipos de amenaza.

Neuberg y Cottrell (2006) sugieren algunas estrategias para mejorar el éxito de los programas de intervención para reducir el prejuicio: puesto que la gente es sensible a amenazas concretas y esas amenazas son activadas por la percepción de claves específicas, si conseguimos que esos indicios alarmantes desaparezcan o que la gente deje de prestarles atención, se reducirá el prejuicio.

Por otra parte, podrían diseñarse intervenciones que reduzcan la sensación de vulnerabilidad de la gente a determinadas amenazas. Por ejemplo, el empleo de cirugía plástica para la disminución de la desfiguración corporal en los enfermos de SIDA, o las políticas que fomenten el empleo y el acceso de los grupos desfavorecidos a servicios sanitarios, pueden contribuir a reducir los indicios de amenaza contra la salud que estos grupos pueden manifestar; de igual manera, las políticas educativas de integración, que favorecen el contacto entre alumnos de distintos grupos, pueden hacer salientes otras características no amenazantes de los grupos objeto de prejuicio, sobre todo si se complementan con técnicas de aprendizaje cooperativo.

Sin embargo, para ser eficaz, cualquier medida que se adopte deberá evitar provocar, a su vez, la percepción de otro tipo de amenazas, por ejemplo contra los recursos del propio grupo, y además tendrá que llevarse a cabo en circunstancias que no potencien la sensación de vulnerabilidad de las personas en las que se quiere reducir el prejuicio. Por supuesto, ningún psicólogo social evolucionista afirmaría que esto sea fácil, pero llamar la atención sobre estos factores ya es un paso para que se tengan en cuenta.

2.5 Dos formas de entender la naturaleza humana: competición vs. cooperación

En una serie de estudios en que pedían a los participantes que predijeran las decisiones que tomarían diversas personas, Miller y Ratner (1998) encontraron que la gente tiende frecuentemente a sobreestimar la influencia de los intereses personales en las actitudes y las conductas de los demás, es decir, pensamos que el otro es egoísta mientras no nos demuestre lo contrario.

A primera vista, adoptar un enfoque evolucionista para comprender la mente y el comportamiento humano implica considerarlos en términos económicos, como relacionados con la búsqueda del propio interés. Incluso fenómenos tan aparentemente poco egoístas como el

altruismo o la empatía pueden interpretarse como causados en última instancia por el beneficio que supusieron para nuestra especie a lo largo de la evolución, en concreto la propagación del propio acervo genético. De hecho, si no fuera así, no estaríamos hablando aquí de estas cosas, porque el altruismo conlleva un coste, que puede traducirse en la no reproducción, demasiado elevado como para invertirlo aleatoriamente.

Sin embargo, esto no significa que seamos intrínsecamente egoístas y competitivos. Una cosa es cómo funcionan nuestros genes y otra, no necesariamente idéntica, cómo funciona nuestra mente. Se trata de niveles distintos. Esta confusión se ha visto propiciada por el énfasis de los sociobiólogos, y actualmente también de los psicólogos evolucionistas, en los genes como único nivel en el que actúa la selección (natural y sexual). Pero si adoptamos una perspectiva más amplia, resulta muy verosímil la idea de que, además del propio interés (o el de los propios genes), la selección ha debido de favorecer también la cooperación.

Los propios científicos evolucionistas están prestando cada vez más atención a esta “otra cara” de la naturaleza humana (véase el Cuadro 2.13). Uno de los pioneros en este “lavado de imagen” ha sido Frans de Waal, un primatólogo (etólogo especializado en primates) que lleva varios años investigando el comportamiento de ayuda, cooperación y reconciliación en diversas especies de primates.



Frans de Waal, primatólogo holandés, profesor de psicología y de primatología en la Universidad de Atlanta.

Sus trabajos abarcan un amplio espectro de la conducta social de los primates, desde la competencia por el poder, hasta la solución de conflictos y los orígenes de la moralidad humana.

Su argumento de que para las personas no sólo fue y es adaptativo esforzarse por asegurar su propia supervivencia y reproducción sino, sobre todo, intentar conservar relaciones sociales valiosas con otros miembros de su grupo y coordinarse con ellos (de Waal, 1996), es compartido cada vez por más investigadores, entre los que se encuentran varios psicólogos sociales (por ejemplo, Brewer, 1997; Fiske, 2004), y también psicólogos evolucionistas (por ejemplo, Janicki, 2004). Como afirma el antropólogo Alan Fiske (1991b), “excepto en el caso de los sociópatas, la gente ayuda a los demás sobre todo para iniciar, mantener, reforzar o reparar relaciones sociales, no simplemente debido a imposiciones externas o porque la ayuda sea un mero medio de lograr otro objetivo ulterior” (p. 209).

Si, como parece, la historia de nuestra especie se ha desarrollado en su mayor parte según el sistema de vida de los cazadores-recolectores, no resulta muy probable que la competición haya sido el único principio que ha guiado la evolución de nuestra socialidad. Un requisito imprescindible para poder sobrevivir de la caza y la recolección no intensivas es la cooperación, no sólo dentro del grupo sino, incluso, entre grupos. De hecho, en la mayoría de las “sociedades simples” conocidas, la cooperación y el compartir los recursos valorados con el resto de los miembros del grupo se considera un símbolo de ser humano (por ejemplo, Knauff, 1991). Por otra parte, no existen prácticamente restos fósiles que demuestren que la violencia entre grupos fuera algo habitual entre nuestros ancestros antes de la aparición de la agricultura, hace unos 10.000 años, cuando el ser humano se asentó y abandonó la vida nómada.

Cuadro 2.13: *Chimpancés y bonobos: dos formas opuestas de plantearse la vida.*

Chimpancé



Bonobo



¿Por qué será que cuando una persona comete un crimen la llamamos “animal” y cuando realiza actos altruistas decimos que es muy “humana”? Evidentemente, la lectura sólo puede ser una: todo lo malo y egoísta que hay en nosotros se lo debemos a nuestra herencia biológica, mientras que lo bueno y generoso es cultural, es decir, lo hemos “inventado” los seres humanos.

En su último libro, *Our inner ape*, Frans de Waal (2005) analiza la dualidad de la naturaleza humana revisando los paralelismos existentes entre nuestra especie y nuestros dos parientes más próximos: el chimpancé y el bonobo.

Desde hace tiempo, los estudios de primatólogos como Jane Goodall (1986) o el propio de Waal (1982) han puesto en evidencia las tendencias competitivas y agonísticas del chimpancé y, aunque dejando claro que ese tipo de conductas son menos frecuentes que otras, su dureza ha contribuido a crearle una reputación de hambriento de poder e incluso de asesino (por ejemplo, los casos de infanticidio, canibalismo y luchas a muerte entre grupos). En cambio, el bonobo, al que se conoce como el “primate hippie”, parece preferir hacer el amor y no la guerra. Ambas especies están igualmente próximas a nosotros en el árbol genealógico de los primates, pero las comparaciones con los chimpancés han dominado los medios de comunicación y la literatura científica y se las ha utilizado para buscar las raíces de la violencia y la guerra.

Esto se debe a que hasta hace poco apenas se sabía nada sobre el bonobo y, de hecho, se consideraba que pertenecía a la misma especie que el chimpancé. Sin embargo, se han descubierto una serie de rasgos característicos de la vida social de esta desconocida especie que permiten rastrear algunos de nuestros supuestos logros culturales más allá de nuestros orígenes como especie separada.

Por ejemplo, mientras entre los chimpancés la dominancia es ejercida por los machos (cada uno de los machos adultos de un grupo es dominante sobre todas las hembras), y el ambiente competitivo es la tónica general, la organización social de los bonobos es de naturaleza fundamentalmente cooperativa y está dominada por las hembras, que mantienen fuertes lazos entre ellas (entre los chimpancés también son frecuentes los lazos entre individuos, pero son mucho más oportunistas y, casi siempre, entre los machos). Además, los bonobos emplean el sexo, no sólo con fines reproductivos, o como exhibición de poder, como ocurre en otras especies de primates, sino sobre todo como estrategia para resolver conflictos y restablecer la paz (el 75% de los contactos sexuales entre individuos, del mismo o de distinto sexo, no tienen nada que ver con el apareamiento).

Estos hallazgos, cuando menos, suponen un desafío a la idea de que todo lo de solidario, pacífico y empático que hay en nosotros se lo debemos a los frenos que la cultura impone a nuestra naturaleza intrínsecamente competitiva y egoísta (y, de paso, cuestionan nuestra autoría en lo tocante a la invención del sexo con fines no reproductivos). Según de Waal, nuestra naturaleza es dual porque hemos heredado de nuestros ancestros comunes con chimpancés y bonobos esos dos tipos de tendencias que en la historia de nuestra especie han resultado ser útiles para resolver las demandas que nos planteaba el medio.

2.6 La peligrosa idea de Darwin: el problema de la continuidad evolutiva

Al defender la continuidad evolutiva entre las distintas especies, Darwin tenía muy claro, y en esto se apartaba de Wallace, que el ser humano era una especie más que ha evolucionado a partir de especies ancestrales. Y no sólo eso, sino que además comparte esos ancestros con los primates actuales. Estas afirmaciones no cayeron bien en ciertos sectores de la sociedad victoriana, especialmente los más influidos por las creencias religiosas cristianas. Las críticas no se hicieron esperar, y se recurrió a la ridiculización tanto de sus ideas como del propio Darwin, extendiéndose el bulo de que, según esa teoría, *el hombre viene de los monos actuales*, es decir, que los chimpancés y los gorilas son nuestros antepasados. Por supuesto, Darwin nunca dijo semejante cosa. He aquí lo que escribió realmente:



Caricatura de
Charles Darwin

“... como, desde el punto de vista genealógico, el hombre pertenece al grupo de los Catarrinos, [...] debemos llegar a la conclusión, por más afectado que pueda sentirse nuestro orgullo, de que nuestros antepasados primitivos habían llevado, con todo derecho, el nombre de monos. Pero no por ello hay que suponer que el antepasado primitivo de todo el grupo de simios, comprendido el hombre, fuera idéntico o incluso parecido a ningún mono existente.”
(*El origen del hombre y la selección en relación al sexo*, p. 155).

Pero no fue sólo la Iglesia la que se opuso a las revolucionarias ideas darwinistas sobre el ser humano. Desde finales del siglo diecinueve, cuando la Sociología, la Biología, y otras disciplinas se hicieron independientes y cada una desarrolló su cuerpo teórico por caminos distintos, los científicos sociales han reclamado para sí el estudio de la “socialidad”, mostrándose recelosos hacia las teorías biológicas por miedo al reduccionismo y evitando considerar siquiera la base biológica de la socialidad humana.

Otro antecedente probablemente más determinante del rechazo a lo biológico se encuentra en la asociación entre determinismo biológico y clasismo o racismo, representada por el darwinismo social de Spencer y la eugenesia de Galton, y llevada a sus últimas consecuencias durante el régimen nazi, sirviendo para justificar sus campañas de esterilización y exterminio (véase Cuadro 2.14). Es curioso comprobar cómo muchos de esos mismos científicos sociales no tuvieron ningún inconveniente en abrazar el credo opuesto, abanderado por el agrónomo soviético Lysenko, que sostiene que los deseos y las creencias de las personas son construcciones sociales arbitrarias que pueden ser fácilmente moldeadas por ingenieros sociales para adoptar cualquier forma que determinen los gobernantes de una sociedad. Y tales argumentos se utilizaron para justificar la represión y el genocidio de los regímenes marxistas de países como Camboya, China y la URSS. Sin embargo, al parecer, no han provocado el mismo rechazo moral que la teoría biológica.

Cuadro 2.14: *La falacia de la evolución como progreso y sus nefastas consecuencias.*

Herbert Spencer

La idea de la evolución como un proceso lineal de complejidad y perfeccionamiento crecientes de las especies procede de Lamarck, un biólogo evolucionista francés anterior a Darwin. Lamarck sostenía que cada especie había sido creada por separado y, una vez creadas, iban evolucionando hacia estadios cada vez más complejos mediante la herencia por parte de los descendientes de los caracteres adquiridos por los padres durante su vida. Las especies podían representarse en una escala de complejidad creciente (la cadena de la vida) que culminaba en el ser humano. Aunque la teoría de Lamarck ha demostrado ser incorrecta, la idea del ser humano como la especie “más evolucionada” y, por tanto, más perfecta sigue teniendo vigencia.

Fue en esta visión de la evolución, y no en la de Darwin, en la que se inspiró Spencer al proponer su enfoque sobre el progreso de las sociedades. Proponía que, de la misma forma que la evolución de la mente era un continuo lineal desde los reflejos de los animales simples hasta la culminación en la inteligencia del hombre civilizado, las sociedades humanas se habían ido haciendo gradualmente más desarrolladas, lo que explica la distancia existente entre el “europeo de gran cerebro” y los “hombres primitivos” de algunos lugares del planeta.

Las ideas de Spencer sobre la evolución como progreso y sobre la “supervivencia del más apto” tuvieron una entusiasta acogida en EE.UU., porque justificaban las doctrinas capitalistas en auge y desacreditaban los esquemas socialistas que promovían la “supervivencia de los menos aptos”. Años más tarde, tendrían una trágica influencia en los argumentos de Hitler sobre la pureza de la raza.

También los primeros antropólogos abrazaron la idea de que las sociedades humanas progresaban a través de escalones sucesivos. Las culturas superiores se asociaban con razas más avanzadas, cuyos miembros (se decía) poseen cerebros más grandes y más eficaces. Sin embargo, mientras algunos admitían que todas las razas humanas compartían un ancestro común, otros consideraban que las distintas razas eran en realidad especies diferentes, lo que justificaba la esclavitud como algo natural.

Todas estas ideas iban claramente en contra de uno de los principales postulados de Darwin: que la evolución de las especies se basa precisamente en la variación dentro de la población, no en la homogeneidad. Sin variación no hay material sobre el que la selección natural pueda actuar para hacer que la especie evolucione, es decir, cambie (lo que no es equivalente a progresar, puesto que en principio ninguna variante puede ser considerada más avanzada que otras). De hecho, cuando la Teoría de Darwin y los descubrimientos de Mendel se unificaron para dar lugar a la Teoría sintética de la evolución, los estudios sobre la variación genética en las poblaciones naturales demostraron que las diferencias entre poblaciones humanas son pequeñas en comparación con la gran cantidad de variación existente dentro de cada una, lo que daba la razón a Darwin y suponía un fuerte argumento en contra del racismo.

Quizá el hito más reciente en esta polémica haya sido la reacción provocada por la publicación de la obra de E. O. Wilson *Sociobiología: La nueva Síntesis* en 1975. Se trata de un libro dedicado a exponer las bases biológicas de la conducta social animal, cuyo último capítulo se titula “El hombre: de la Sociobiología a la Sociología”, y comienza así:

“Vamos a considerar ahora al hombre con el libre espíritu de la historia natural” (p. 564)

y continúa con una referencia a lo que pensarían zoólogos de otros planetas si se les diera la oportunidad de hacer un inventario de las especies sociales terrícolas. Si eso fuera posible, afirma Wilson, ¿en qué quedarían las humanidades y las ciencias sociales? Pues, según este autor, en meras ramas especializadas de la biología. Así, la etología humana utilizaría como

protocolos de investigación la historia, la biografía y la novela, mientras que la unión de sociología y antropología daría lugar a la “sociobiología de una sola especie de primates”



Edward O. Wilson, biólogo de la Universidad de Harvard.

Autoridad mundial en entomología, su fama se debe sobre todo al hecho de haber desencadenado el “debate sociobiológico”. Su sueño dorado es la unidad de todas las ciencias (la *consiliencia*).

Aunque la premisa, aparentemente simple, de los sociobiólogos, según la cual los individuos luchan por aumentar al máximo su *eficacia biológica inclusiva*, premisa basada en un modelo económico de cálculo de costes-beneficios, ha demostrado tener bastante fuerza a la hora de explicar la evolución de la conducta social animal, la polémica surge cuando pretenden aplicar los mismos principios para explicar la conducta del *homo sapiens*. Las reacciones de los científicos sociales no han sido precisamente favorables a esta “intromisión”, y algunos de ellos han acusado a la Sociobiología, y por extensión a la Etología y a la Psicología Evolucionista, de reduccionismo biológico y determinismo genético, lo que ha dado lugar a duros intercambios entre defensores y detractores.

La base de todo este recelo es probablemente la vieja noción de la excepcionalidad de nuestra especie, enraizada en la religión judeo-cristiana (las filosofías orientales, por ejemplo, poseen una visión del ser humano mucho más integrada en la naturaleza, y no dan tanta importancia a la búsqueda de rasgos que lo separan de ella; véase de Waal, 2001b). Nos consideramos más próximos a los ángeles que a los monos. Puesto que somos únicos, para comprender nuestra mente, nuestra conducta y los productos de éstas son necesarios constructos teóricos diferentes, precisamente los que se generan en las ciencias sociales. Sin embargo, desde el enfoque evolucionista no se niega que el ser humano sea único. Lo que se sostiene es que todas las especies son únicas, cada una con sus características *específicas*, y una de las más distintivas de la especie humana es la extraordinaria influencia que ejerce la cultura sobre su pensamiento y su conducta. Pero ni siquiera la capacidad para la cultura es ajena al proceso evolutivo. Por otra parte, el que cada especie sea diferente no implica que no exista una continuidad evolutiva entre todas ellas, incluida la humana.

Aunque muy pocos rechazan hoy día la continuidad evolutiva en lo físico (en eso sí somos vertebrados, mamíferos y primates), de ahí a sugerir siquiera que nuestras capacidades mentales y nuestras tendencias sociales hayan evolucionado a partir de ancestros comunes con otros primates existe un salto que muchos consideran injustificado, cuando no implanteable. Esto supone, evidentemente, sostener dicotomías (mente-cerebro, naturaleza-cultura, animal-humano) que para muchos científicos hoy día están superadas. Ahora bien, si seguimos por este camino, la única salida que nos queda es el creacionismo, o la teoría del “diseño inteligente”, como se denomina ahora (véase el Cuadro 2.15), y creer que el hombre apareció un buen día sobre la faz de la tierra y se puso a hablar, a crear cultura y a hacer todas esas cosas que le separan del resto de la creación (eso sí, con una mujer al lado para que no se sintiera solo).

Cuadro 2.15: *El creacionismo no pertenece sólo al pasado.*

La Teoría del diseño inteligente, versión moderna del antiguo creacionismo, argumenta que ciertas estructuras vivientes son demasiado complejas para ser el resultado de la evolución, y que por lo tanto son una muestra de que existe una intervención de un diseñador inteligente, una fuerza divina más allá de los procesos naturales. Esta teoría, que se basa en una interpretación literal del libro del Génesis, cuenta con numerosos adeptos, sobre todo en EE.UU., país que ha sido siempre muy receptivo a este tipo de creencias.

Según una encuesta reciente, el 47% de los estadounidenses cree que el ser humano no ha evolucionado a partir de ancestros prehomínidos, sino que fue creado directamente por Dios hace unos cuantos miles de años. Así ironizaba Stephen Jay Gould (2002) la ignorancia de sus paisanos en cuestiones evolucionistas:

Una famosa historia victoriana nos cuenta la reacción de una dama aristocrática a la principal herejía de su época: 'Confiemos en que lo que dice Mr. Darwin no sea cierto; pero, si es verdad, confiemos en que no se entere mucha gente'. Aunque se suele relatar esta historia como ejemplo hilarante de los delirios de clase, sin embargo, deberíamos rehabilitar a aquella dama como una aguda analista social y, al menos, como una profetisa menor. Porque lo que Mr. Darwin dijo es, efectivamente, cierto. Y, asimismo, no lo sabe mucha gente, al menos en nuestro país.



Stephen Jay Gould

Profesor en la Universidad de Harvard hasta su muerte en 2002, a los 60 años. Considerado como uno de los científicos más brillantes del siglo veinte, era conocido entre sus colegas como el "bulldog de la biología evolucionista" por su coraje en la defensa de sus postulados. Fue uno de los críticos más duros de la sociobiología y también del creacionismo, publicando numerosos libros donde se intentaba acercar al público lego las complejidades de la evolución.

Desde los años 20 del siglo pasado, cuando un joven maestro de escuela fue sometido a juicio y condenado por violar una ley del estado de Tennessee al enseñar la Teoría de la evolución de Darwin a sus alumnos de secundaria*, ha pasado mucho tiempo, pero la situación no ha cambiado sustancialmente. En los años 70, los estados de Arkansas y Louisiana exigieron que, si se enseñaba evolución, debería dedicarse el mismo tiempo a la "ciencia de la creación". En 1999, en el estado de Kansas se eliminó la Teoría de la evolución y la del *Big Bang* del programa científico del estado (podían enseñarse, pero no se incluirían en los exámenes). Aunque al año siguiente se restableció de nuevo, lo cierto es que la polémica sigue abierta, y todavía en el año 2007 nos siguen sorprendiendo los periódicos con noticias sobre casos similares.

Pero poco puede extrañar todo lo anterior, cuando el presidente de ese país afirmó durante su campaña electoral: "En el tema de la evolución, aún no sabemos nada concreto sobre cómo creó Dios la tierra" (*On the issue of evolution, the verdict is still out on how God created the Earth*). La idea de George W. Bush, y de otros miembros de su gabinete, es que se debe enseñar ambas teorías (la de Darwin y la del "diseño inteligente") en las escuelas de Estados Unidos, "para que la gente pueda entender de qué se trata el debate... para exponer a la gente a diferentes escuelas de pensamiento".



Me recuerdas a mí, ¿sabes?, hace tiempo



* El suceso mencionado fue llevado al cine por Stanley Kramer en su magnífica película *Herencia del viento*.

El rechazo a la idea de la continuidad evolutiva entre nuestra especie y las demás se debe, en muchos casos, no a una cuestión de fundamentalismo religioso, sino a una mala interpretación de su significado. No se trata de que el ser humano sea “simplemente” un mono desnudo y parlante. Es cierto que es un primate, que tiene menos pelo que los demás y que habla, pero no es cierto que sea “simplemente” eso.

En primer lugar, “simple” es un término bastante inapropiado. Ninguna especie es simple, sino que todas han llegado a ser como son gracias a un complicado proceso de selección natural que ha ido favoreciendo las versiones que mejor se adaptaban a las condiciones en que cada una vivía. En ese sentido, los monos no son más simples ni menos evolucionados que las personas. Lo que ocurre es que no han desarrollado las mismas capacidades porque no se han enfrentado a los mismos retos ambientales o porque las variaciones sobre las que ha actuado la selección natural han sido distintas en ellos y en nosotros.

En segundo lugar, defender la continuidad evolutiva entre todas las especies implica que todas están emparentadas entre sí a través de antepasados comunes, no que unas desciendan directamente de las otras (el ser humano no descende del chimpancé, sino ambos de un ancestro común).

En tercer lugar, y éste es quizá el punto que genera más confusión, la continuidad no es sinónimo de progreso lineal. No es que tengamos lo mismo que nuestros antepasados pero más perfeccionado, sino que existe cabida para procesos y capacidades emergentes. Sólo así es posible la adaptación a cambios imprevisibles en el medio. En el caso humano (aunque no sólo) gran parte de esos cambios son desde hace miles de años provocados por nosotros mismos, cada vez a un ritmo más frenético. Sin embargo, la existencia de esos procesos y capacidades emergentes no debe hacernos olvidar la base de la que emergen y con la que no tienen más remedio que colaborar.

¿Qué significa ser un 98% chimpancé?

Uno de los argumentos más contundentes a favor de la continuidad evolutiva entre el ser humano y el resto de los primates es que compartimos un 98,7% de las secuencias de ADN de nuestro genoma con los chimpancés y los bonobos. Sin embargo, aunque tenemos en una proporción muy alta los mismos genes, y esos genes hacen las mismas cosas en gran parte del cuerpo, en el cerebro las diferencias son considerables.



Por tanto, cuando se utiliza el argumento del 98%, hay que tener en cuenta que la proximidad genética entre humanos y simios no es equivalente a semejanza en la expresión de ese ADN. Por otra parte, las especies viven en ambientes determinados, que desempeñan un papel crucial en la expresión de rasgos anatómicos, fisiológicos, mentales y conductuales.

El debate sobre la continuidad evolutiva entre el ser humano y las demás especies de primates continúa hoy, casi 150 años después de que Darwin se atreviera a proponer semejante idea. Por supuesto, pasar de considerarnos el centro del universo a vernos como una especie más, sujeta a las mismas leyes evolutivas que los guisantes y las moscas, no es fácil de asimilar para todo el mundo. Como dice el filósofo Daniel Dennett en un fascinante libro cuyo título hemos tomado prestado para este apartado (Dennett, 1995), Darwin fue un aguafiestas, que vino a trastocar las creencias más arraigadas sobre el ser humano y sobre el orden de las cosas, sin respetar ni lo más sagrado.

2.7 Conclusiones

Una de las consecuencias más positivas que puede tener el contacto de la Psicología social con la perspectiva evolucionista es el desmantelamiento de dicotomías obsoletas. En este capítulo nos hemos referido con cierto detalle a la distinción humano-animal, pero hay más. Por ejemplo, la investigación realizada por los científicos evolucionistas ha demostrado que la dicotomía “naturaleza-cultura” es falsa, y que ni los genes ni el ambiente determinan por sí solos los procesos mentales y la conducta (Ridley, 2003). Muchos científicos sociales parecen no querer reconocer estos hechos, lo que les mantiene en un nivel de “protociencia” comparable a la creencia de que el sol gira alrededor de la tierra. Ni la tierra es el centro del universo ni el *homo sapiens* ha aparecido en ella por generación espontánea.

Tampoco les vendría mal a los psicólogos sociales tener en cuenta los estudios evolucionistas para poder alcanzar una visión más completa de los fenómenos que les interesan. Tradicionalmente, la Psicología social se ha ocupado de desentrañar las causas inmediatas de los procesos, para lo cual ha desarrollado estrategias de lo más sofisticado (a lo largo de este texto se irán viendo múltiples muestras de ello). Sin embargo, quedarse en las causas inmediatas es conformarse con una parte de la historia. La perspectiva evolucionista nos permite ir más allá, al menos planteando hipótesis sobre las posibles causas últimas. En cualquier caso, el rechazo de entrada (o la indiferencia absoluta) hacia la idea de que los procesos psicosociales humanos puedan ser resultado de la evolución es un lastre que no beneficia en nada a la disciplina.

Pero, para ser justos, hay que reconocer que no sólo los científicos sociales distorsionan los argumentos evolucionistas tachándolos de reduccionistas y deterministas; también algunos científicos evolucionistas han caído en la tentación de simplificar en exceso las aportaciones de las teorías societales y culturales a la comprensión de la conducta social humana (Laland y Brown, 2002). El problema con estas caricaturizaciones es que fomentan la conclusión errónea de que las teorías de base societal son incompatibles con un enfoque evolucionista, lo que provoca una división irreconciliable entre los que se muestran a favor y los que se declaran en contra de cada una de las dos perspectivas. Afortunadamente, cada vez son más los psicólogos sociales que incorporan argumentos evolucionistas en sus explicaciones de los procesos que estudian.

Un resultado de ese creciente interés es la reorientación que algunos intentan dar a la Psicología social evolucionista hacia argumentos menos centrados en el éxito reproductor: la gente no sólo perpetúa sus propios genes y los de sus familiares, sino que también trata de hacer que su grupo sobreviva y ellos mismos sobrevivir en el grupo. La presión adaptativa, por tanto, incluye hacer que su grupo sea un grupo adaptativo y que la persona sea una persona adaptativa dentro del grupo. Esto da un marco de comprensión a la Psicología social, al tener en cuenta las formas en que la gente se adapta a los ambientes sociales.

Algunos científicos evolucionistas (por ejemplo, Barkow, 1989; Cosmides, Tooby y Barkow, 1992; Wilson, 1998) albergan la esperanza de que la ciencia algún día llegará a estar más unificada y ya no será necesario añadir el apelativo “evolucionista” al nombre de una determinada disciplina, sino que los argumentos biológicos que sean relevantes para comprender el comportamiento humano quedarán integrados en las disciplinas que estudian ese comportamiento. Otros (de Waal, 2001b) ven esa integración desde el extremo opuesto, aplicando los conocimientos de las ciencias sociales al comportamiento de otras especies. Probablemente, la integración será más fácil si se intenta desde ambos lados. En cualquier caso, para poder llegar a una adecuada comprensión de la evolución de la conducta social humana debe haber una consistencia entre los hallazgos de todas las disciplinas que se ocupan de su estudio, no sólo la Psicología social, sino también la Etología, la Primatología, la Neurociencia, la Antropología o la Lingüística, entre otras, y esa comprensión se vería muy enriquecida si, además de consistencia, existiera una colaboración interdisciplinaria (Caporael y Brewer, 2000; van Lange, 2006; Weingart, Mitchell, Richerson y Maasen, 1997).

Independientemente de si las explicaciones evolucionistas son más o menos válidas que las no evolucionistas, lo cierto es que esta perspectiva ha aportado y sigue aportando datos sobre aspectos de la mente y el comportamiento social humanos que antes no eran abordados por los psicólogos sociales, así como nuevas formas de enfocar fenómenos que han sido tradicionalmente objeto de estudio de esta disciplina (en este capítulo hemos expuesto un ejemplo y a lo largo de este manual iremos presentando algunos más) y, aunque sólo sea por eso, el contacto entre ambas supone un enriquecimiento considerable.

2.8 Resumen

En este capítulo hemos intentado poner de relieve la necesidad de tener en cuenta que existe una continuidad evolutiva entre nuestra especie y las demás, no sólo en los aspectos morfológicos y fisiológicos, sino también en lo que atañe al funcionamiento de nuestra mente y a nuestra conducta, y que eso repercute en los procesos que estudian los psicólogos sociales.

Esta realidad, puesta en evidencia por Darwin a mediados del siglo diecinueve, ha sido desde entonces analizada por los científicos evolucionistas, quienes han aportado innumerables datos sobre cómo la evolución ha ido moldeando nuestros rasgos a lo largo de nuestra historia como especie. Las ideas darwinistas de la selección natural y sexual han sido posteriormente completadas por conceptos como eficacia biológica inclusiva, altruismo recíproco o inversión parental, en un intento de rellenar algunas lagunas de la teoría original.

Si bien en ocasiones se ha abusado de tales conceptos para explicar la psicología humana, la colaboración interdisciplinaria entre psicólogos sociales y científicos evolucionistas puede enriquecer a ambos, permitiendo una comprensión más profunda y menos sesgada de nuestros procesos mentales y conductuales.

Términos de glosario

Adaptación

Darwinismo social

Determinismo genético

Eficacia biológica inclusiva

Eugenesia

Fenotipo

Filogenia

Ontogenia

Reduccionismo

Selección natural

Selección sexual

Lecturas y otros recursos recomendados

Arsuaga, J. L. (2001). *El enigma de la esfinge. Las causas, el curso y el propósito de la evolución*. Barcelona: Areté.

Juan Luis Arsuaga es codirector del equipo de investigación de Atapuerca. En este libro da un repaso a las teorías evolucionistas y describe en forma de relato la evolución de nuestra especie según lo que se sabe por la paleoantropología. Se plantean también algunos de los debates más candentes en relación con estos temas.

De Waal, F. B. M. (1996). *Good natured. The origins of right and wrong in humans and other animals*. Cambridge: Harvard University Press. (Versión española: *Bien natural. Los orígenes del bien y del mal en los humanos y otros animales*. Barcelona: Herder.)

A partir de las investigaciones etológicas y primatológicas, el autor defiende que la moralidad no es un invento humano, que nuestra especie no es egoísta por naturaleza y moral por cultura, sino una combinación de ambas cosas y que en eso, como en otros muchos aspectos, también existe una continuidad evolutiva con otras especies.

Gaviria, E. (2004). El grupo como contexto evolutivo de la conducta humana. En C. Huici y J. F. Morales (Dirs.), *Psicología de Grupos I. Estructura y procesos* (pp. 81-104). Madrid: UNED.

Se desarrolla la idea de que la especie humana ha evolucionado en un medio social, y se analizan las consecuencias mentales y conductuales de la necesidad de adaptación a ese medio, haciendo especial énfasis en el papel de la cooperación.

Las revistas *Investigación y Ciencia* y *Mundo Científico* publican con cierta frecuencia artículos sobre los temas tratados en este capítulo, tanto de autores españoles como (sobre todo) de autores extranjeros de renombre.

<http://www.ishe.org>

<http://rint.rechten.rug.nl/rth/ess/ess.htm>

Sitios oficiales de la Sociedad Internacional de Etología Humana y de la Sociedad Europea de Sociobiología, respectivamente (ambas se fusionaron en el año 2000). Probablemente donde más información se puede encontrar sobre Etología humana en inglés.

<http://www.psych.ucsb.edu/research/cep/index.html>

Es la página del Centro de Psicología Evolucionista de la Universidad de California en Santa Bárbara, creado por Leda Cosmides y John Tooby. Contiene información sobre los estudios y las actividades desarrolladas por estos autores, así como vínculos con otras páginas relacionadas con la disciplina (en inglés).

<http://www.uam.es/ape>

Sitio oficial de la Asociación Primatológica Española. La principal ventaja es que aporta información sobre estudios llevados a cabo por investigadores españoles y sobre recursos (libros, revistas, cursos, etc.) en castellano.

Psicología social y cultura

Itziar Fernández Sedano y Nekane Basabe Baraňano

Objetivos

- # Analizar el concepto cultura desde la perspectiva de la Psicología social transcultural.
- # Exponer los componentes de la cultura.
- # Mostrar los diferentes modelos que sirven para estudiar las culturas.
- # Examinar cuáles son los factores que predicen la variabilidad cultural.
- # Abordar cómo deben realizarse las comparaciones entre culturas.
- # Ofrecer resultados sobre investigaciones transculturales.

3.1 Introducción

Históricamente, el estudio de la cultura se ha venido realizando desde tres grandes movimientos: la *Psicología de los pueblos, cultura y personalidad* y los *estudios transculturales*, pero recientemente han surgido nuevos planteamientos desde la Psicología evolutiva, la Psicopatología y la Psicología social.

La perspectiva de la Psicología de los pueblos, en cierto modo, sigue siendo actual a través del estudio de la identidad cultural y las migraciones. Asimismo, hemos de tener en cuenta la importancia que ha adquirido el movimiento de cultura y personalidad en los estudios antropológicos de la Antropología psicológica y en los psicológicos de la Psicología cultural. Así, los antropólogos siguen realizando un análisis transcultural comparando el desarrollo, la Psicopatología y la conducta social de los diversos pueblos y el mundo occidental. Mientras que los psicólogos culturales llevan a cabo estudios centrados en las sociedades urbanas, con referencias comparativas a “otras culturas” (Aguirre, 2000).

Los estudios transculturales han puesto de manifiesto el debate sobre la universalidad de la cultura. Dentro de la Psicología, nos encontramos el proyecto interdisciplinar dirigido por Harry C. Triandis en el *Handbook of Cross-Cultural Psychology (Manual de Psicología Transcultural)*, donde se plantea el análisis transcultural de las principales áreas de la Psicología, desde los procesos básicos y del desarrollo hasta la Psicología social (Triandis y Lambert, 1980). A esta obra seguirán otras que iremos revisando a lo largo del capítulo, entre las que cabe citar las que se presentan en el Cuadro 3.1.

Cuadro 3.1: Principales obras sobre Psicología social Transcultural desde 1990.

Autores	Título	Año de publicación
Berry, Poortinga, Segall y Dasen	<i>Cross-Cultural Psychology: research and applications</i>	1992
Smith y Bond	<i>Social Psychology across Cultures</i>	1993 (1ª Ed.) 1998 (2ª Ed.)
Fiske, Markus, Kitayama y Nisbett	<i>The Cultural Matrix of Social Psychology.</i> (Incluido en el <i>Handbook of Social Psychology</i>)	1998 (4ª Ed.)

3.2 ¿Qué es la cultura?

Antes de analizar uno de los términos más explorados dentro de la Psicología social, es necesario señalar la dificultad que conlleva proporcionar una definición precisa. Así, un buen ejemplo de esta situación es el artículo publicado por Jahoda en 1989 sobre la necesidad del concepto de *cultura*, el cual afirma que “cultura es indiscutiblemente el término más escurridizo, además de general, dentro del fluido vocabulario de las Ciencias Sociales” (Jahoda, 1989, p. 140). A continuación, se presenta algunas de las definiciones de cultura de mayor impacto.

Definición de Kroeber y Kluckhohn (1952)

Tras revisar más de ciento cincuenta acepciones, estos autores plantean que: “la cultura consiste en patrones, explícitos o implícitos, de y para la conducta adquiridos y transmitidos mediante símbolos, constituyendo el logro distintivo de los grupos humanos, incluyendo su representación en artefactos; el núcleo esencial de la cultura consiste en ideas tradicionales —es decir, derivadas y seleccionadas históricamente— y en sus valores” (Kroeber y Kluckhohn, 1952, p. 180). En este contexto, señalan la existencia de seis tipos de definiciones, que se muestran en el Cuadro 3.2.

Cuadro 3.2: Los seis tipos de definiciones de cultura.

Descriptivas	Psicológicas
Intentan definir todos los aspectos de la vida humana que, a juicio de los autores, ilustran la idea de cultura. Por ejemplo, tratan de definir la cultura como el compendio de conocimientos, producciones artísticas, lenguaje, política y una amplia lista de aspectos humanos.	Se centran en aspectos psicológicos, como la socialización o el aprendizaje individual.

Continúa

Históricas	Estructurales
En lugar de intentar enumerar todos los aspectos importantes, enfatizan la acumulación de tradiciones. En este enfoque podemos encuadrar aportaciones como la planteada por Knutson: “cultura es un modo de vida que el hombre adquiere como herencia social, el cual comprende el conocimiento almacenado —en la memoria de los hombres, en los libros y objetos— para un uso futuro” (Knutson, 1965, p. 95).	Hacen hincapié en la propia organización de la cultura. En este caso, se pretende estudiar la disposición estructural de los elementos que la componen, reflejando su interrelación. Esta clasificación es, para Berry, Poortinga, Segall y Dasen (1992), el punto de partida de su planteamiento del término <i>cultura</i> como conjunto de condiciones compartidas que limitan el repertorio de conductas disponibles para los miembros de un grupo. Estas condiciones limitadoras para la conducta incluyen los condicionantes internos de la transmisión genética y los externos de los contextos ecológicos, socioeconómicos, históricos y situacionales.
Normativas	Genéticas
Hacen referencia a las reglas que gobiernan las actividades de las personas; dichas reglas no han de ser necesariamente explícitas. Nos encontramos ante la propia ideología de la cultura. A este respecto, Duveen y Lloyd (1990) diferencian entre valores, que ejercen obligaciones imperativas, y normas, que ejercen obligaciones contractuales; por tanto, los valores obligan de alguna manera a todos los miembros del grupo, mientras que las normas tan sólo obligan a aquellos miembros que tienen un determinado rol o papel social.	Resaltan el origen de la propia cultura, la cual puede crearse como algo adaptativo al hábitat de las personas, como fruto de la interacción social, o como resultado de un proceso creativo humano.

Fuente: Kroeber y Kluckhohn (1952).

Definición de Segall (1984)

Ante estas definiciones que tratan de especificar diferentes elementos, este autor matiza que existe el peligro de excluir fenómenos importantes. Los sociólogos describen la cultura como el conjunto de valores, creencias y actitudes, que constituyen el modo de vida de una sociedad. En la definición de Segall se incluyen los modos de pensar, de actuar, de relacionarse con otros y con el mundo exterior. La cultura es así un puente que nos comunica con el pasado, pero también una guía hacia el futuro (Maciones y Plummer, 1998).

Definición de Geertz (1995)

Define al ser humano como “un animal suspendido en una telaraña de significados”, con la particularidad de que dicha telaraña la ha tejido él mismo. Pero es que, además, “la cultura son esas telarañas”. Por eso, según este autor, el análisis de la cultura ha de hacerse a base de interpretaciones, de la descripción de los significados.

La cultura *subjetiva* y la Psicología social

Una vez expuestas las definiciones anteriores, llega el momento de señalar que, para comenzar a entender qué es una cultura, hay que distinguir entre sus componentes objetivos y subjetivos, es decir, entre lo que se denomina cultura material o tangible y cultura inmaterial

o intangible. La *cultura material/objetiva* haría referencia a los patrones de producción y consumo, y a las características ecológicas de las sociedades. En cambio, la *cultura no material/subjetiva* guardaría relación con el mundo intangible (las ideas, valores, percepciones del mundo, y similares) que crean los miembros de una sociedad.

A modo de esquema, los componentes de la cultura subjetiva, según Triandis (1995), serían los que se presentan en el Cuadro 3.3.

Cuadro 3.3: *La cultura subjetiva.*

Creencias	Roles o Papeles	Normas	Valores
Las características que las personas asocian a la cultura.	Las conductas esperadas y prescritas para las personas con posiciones definidas en la estructura social.	Reglas y expectativas que regulan las conductas, creencias y emociones deseables e indeseables para los miembros de la cultura.	Los fines y principios relevantes en la vida, con los que las personas evalúan lo que es deseable, bueno o bello, y que sirven de guía de la conducta diaria o como enunciados acerca de cómo deben ser las cosas.

Fuente: Triandis (1995).

En la misma línea, Bond plantea que psicológicamente la cultura es “un sistema compartido

- # de creencias (lo que es verdad),
- # de valores (lo que es importante),
- # de expectativas,
 - especialmente sobre los guiones conductuales y su significado (lo que está implícito; comprometiendo una acción dada).

Este sistema está desarrollado para satisfacer

- # las necesidades básicas de subsistencia (comida y agua, protección contra los elementos, seguridad y pertenencia), apreciación social, y el ejercicio de las propias habilidades, todo ello en un nicho geográfico particular.

Este sistema compartido refuerza la comunicación de significados, así como una coordinación de acciones entre los miembros de una cultura. De esta forma reduce la incertidumbre y la ansiedad, ya que consigue que la conducta de sus miembros resulte predecible, entendible, aceptable y valiosa” (Bond, 2005, p. 35).

A. P. Fiske (2002) afirma que la cultura es lo que socialmente se transmite, o lo que socialmente se construye, es la constelación de prácticas, competencias, ideas, esquemas, símbolos, valores, normas, instituciones, metas, reglas constitutivas, artefactos, y las modificaciones en el ambiente físico.

La contribución de Triandis más reciente (2005) en el libro editado por Sorrentino, Cohen, Olson y Zanna, y que viene a confirmar lo hasta ahora expuesto, insiste en el carácter compartido por los miembros de una sociedad de “actitudes, creencias, categorizaciones, auto-definiciones, normas, roles y valores”, sin olvidar las prácticas sociales, como comer en grupo o dormir solo. Se podría hablar de un “modelo cultural”, cuya identificación vendría dada por el lenguaje situado histórica y geográficamente.

El aspecto subjetivo, que define los significados compartidos por los miembros de un grupo, es el componente de la cultura que más interesa a la Psicología social. Esto es así porque

hace referencia a las creencias, normas, actitudes y representaciones sociales, que dan sentido a las respuestas de individuos y grupos, el *software* de la mente al cual se referirá Hofstede (véase el modelo de este autor más adelante).

Aspectos objetivos de la cultura y Psicología social

La cultura, sin embargo, no reside únicamente en las creencias comunes de una sociedad, sino que generalmente está inscrita en costumbres, rituales y escenarios de conducta institucionalizados. Por ejemplo, en la cultura colectivista asiática los escenarios de recompensa inducen un menor incremento de autoestima que en la sociedad individualista de los Estados Unidos de Norteamérica. En la primera, los profesores evalúan rigurosamente el desempeño de los alumnos y los critican por sus errores en público. Mientras que en la cultura individualista norteamericana, los profesores enjuician benévolamente los desempeños de sus alumnos y los recompensan favorablemente (Fiske, Kitayama, Markus y Nisbett, 1998).

Además, el hecho de concebir la cultura como el conocimiento subjetivo compartido no permite, en modo alguno, pasar por alto las formas objetivadas (conocimiento inserto en técnicas, instrumentos y textos) del conocimiento social. El conocimiento cultural no sólo está presente en la mente, esto es muy importante tenerlo en cuenta. También lo está en las situaciones y rituales institucionales. Es cierto que la cultura reside en las creencias comunes y distribuidas en una sociedad, pero también lo es que no reside sólo en ellas, ya que, generalmente, a efectos prácticos, se inscribe en costumbres, rituales y escenarios de conducta institucionalizados (Páez y González, 2000).

De forma similar, si bien la cultura influye en nuestras acciones, ayuda a la vez a formar nuestra personalidad, eso que a veces, y de modo impreciso, llamamos la *naturaleza humana*. Así, por ejemplo, en las culturas china y europea tradicionales se valora el esfuerzo y el trabajo; pero, mientras que en Europa lo que se estima es el esfuerzo personal y la ética protestante del trabajo, en China se valora más el trabajo dentro de un grupo de parentesco y el respeto al grupo humano al que uno pertenece. Por lo tanto, la cultura es una expresión de las diferencias en valores sociales, que serán inculcados en la socialización.

En esta línea de pensamiento se encuentra la consideración de que no todos los patrones de conducta regulares que son visibles en una sociedad son el producto de elecciones valorativas de las personas de esa sociedad. Un buen ejemplo lo proporcionan los atascos de tráfico. Estos se producen pese a que las personas valoran la rapidez y la conducción adecuada. Este patrón regular colectivo (atascos) es, sin duda, un efecto, perverso si se quiere, de las decisiones individuales racionales que, al agregarse, dan lugar a lo contrario de lo que se deseaba. Además, las constricciones situacionales (ecológicas, económicas, de estructuras de poder, de comunicación y de división del trabajo) producen cambios de patrones conductuales independientemente o contrarios a algunos valores culturales. Un ejemplo clásico es la incorporación de las mujeres al mercado laboral en tiempo de guerra, en aquellas culturas que valoran la segregación de género.

Es preciso insistir también en que la cultura, lejos de ser un fenómeno homogéneo y estático que se impone a seres pasivos, emerge de la interacción social, es decir, es un producto de adaptaciones a condiciones pasadas que se enfrenta continuamente a los desafíos del presente.

En resumen, en las definiciones revisadas de cultura hay una serie de elementos claramente identificables: una determinada construcción del ser humano, una especificación de modos de vida, el hecho de su transmisión a través de las generaciones sucesivas, su interiorización por parte de los miembros de una sociedad y, finalmente, su susceptibilidad a los cambios.

3.3 Los componentes de la cultura

La cultura se concibe como un conjunto de componentes de conocimiento: *denotativo* (lo que es) y *connotativo* (lo que debería ser). Estos indicadores son compartidos por un grupo de personas que tienen una historia común y participan de una estructura social. Así, en todas las culturas podemos distinguir símbolos, normas, valores y creencias. Este apartado tratará de profundizar en estos aspectos, presentando investigaciones sobre estas cuestiones.

Los símbolos

Los seres humanos no vemos o experimentamos el mundo a nuestro alrededor igual que otros seres vivos; creamos una realidad propia, un mundo de significados. Y esto lo hacemos transformando los elementos de la vida social (gestos, miradas, posturas, uso del espacio personal y otros similares) en símbolos, es decir, todo aquello que para los que comparten una cultura tiene un significado determinado o específico. Usamos y dependemos tanto de los símbolos que nunca nos paramos a reflexionar sobre ellos, los damos por supuestos. Pero cuando visitamos una sociedad distinta a la nuestra, entonces sí que nos damos cuenta de su importancia. En esas condiciones experimentamos lo que se llama un *choque cultural*, que no es más que nuestra sorpresa o incapacidad de interpretar adecuadamente el significado de los símbolos y prácticas culturales que se emplean en una sociedad diferente.

Así, las *prácticas culturales (visibles)* incluyen diversas manifestaciones con un carácter simbólico. Entre éstas pueden destacarse los *símbolos*, es decir, las palabras, gestos, imágenes u objetos; los *héroes*, personas vivas o muertas, reales o imaginarias (modelos de conducta), y los *rituales*, actividades colectivas (como la manera de saludar y mostrar respeto a los demás, las ceremonias sociales y religiosas, las reuniones políticas, de negocios).

Por su parte, el *lenguaje* es un factor fundamental del universo cultural. Podemos definirlo como cualquier estructura abstracta que permite a los miembros de una sociedad comunicarse simbólicamente y que tiene interpretación semántica. Esta definición engloba tanto las lenguas naturales como la comunicación animal, aunque usualmente el término se refiere al sistema de símbolos que los seres humanos utilizan para comunicarse. En todos los rincones del mundo el lenguaje es el mecanismo más importante de reproducción cultural, que asegura la transmisión de una cultura de generación en generación.

En definitiva, los símbolos permiten a las personas entender la sociedad y también dar la imagen que quieren dar de sí mismas. En este sentido, el Cuadro 3.4 muestra algunos ejemplos interesantes de diferentes tipos de saludos y su simbología, propuestos por R. Kapuscinski (2000).

Cuadro 3.4: Los saludos y su simbología.

Kapuscinski relata algunas anécdotas de su estancia en Ghana. Describe el ritual de saludo en esa cultura de la siguiente forma: el modo de saludar tiene una gran importancia, por lo que quienes se saludan se implican en una especie de ceremonia. Primero, deben dar efusivas manifestaciones de alegría y de cordialidad. Luego, cuando estrechan sus manos, deben hacerlo enérgicamente y, al mismo tiempo, prorrumpir en sonoras carcajadas. Por eso, cuando se circula por una calle de Ghana y se ve a dos personas riéndose, eso significa que se están saludando.

Fuente: Kapuscinski, 2000, pp. 36-37.



Otro ejemplo de la fuerza de los símbolos lo constituye la polémica en torno al velo o *hijab* (pañuelo) musulmán. El conflicto surgió en Francia el año 1989 cuando unas niñas se negaron a quitarse el velo para acudir a la escuela francesa laica y se extendió entre las jóvenes francesas musulmanas. Se consumaba así una paradoja ya que, mientras se prohibía el uso del pañuelo a las chicas musulmanas, se permitía a las católicas llevar cruces y otras insignias religiosas, o a los chicos judíos llevar el *kippa*. Se argumentaba que el uso del *hijab* era una manifestación ostentosa del símbolo religioso (Parekh, 2005, p. 367). Posteriormente, el conflicto se planteó en España y dio lugar a la aparición de algunos casos curiosos, como el de las religiosas católicas con velo que prohibían el uso del pañuelo a una niña musulmana.

Las normas

En China y Rusia, cuando uno quiere saber cuánto gana un compañero de trabajo se lo pregunta directamente. En Europa occidental, preguntarle a alguien cuánto gana suele considerarse una impertinencia. Este ejemplo nos puede servir para entender que las *normas* son reglas y expectativas sociales a partir de las cuales una sociedad regula la conducta de sus miembros. Algunas normas prohíben ciertas cosas. En algunas sociedades, por ejemplo, una mujer casada no debe salir sola a la calle. Otras normas son prescriptivas; esto es, indican qué es lo que se debe hacer.

En las culturas es frecuente que coexistan aspectos contradictorios que tratan de regular normativamente situaciones conflictivas. Por ejemplo, la cultura individualista de los Estados Unidos de Norteamérica valora la independencia personal, aunque al mismo tiempo inculca en las personas la conveniencia de adaptarse a muchos grupos y relaciones sociales diversas, por lo que el individualismo se acompaña de una fuerte tendencia a la adaptación al entorno social (Bock, 1994, p. 93).

Estas normas contradictorias (individualismo *versus* adaptación flexible al entorno social) se reflejan en el hecho que las personas de cultura anglosajona individualista puntúan más alto que los colectivistas asiáticos en autoobservación (*self-monitoring*). Las personas de alta autoobservación se caracterizan por una enorme variabilidad conductual debido a una orientación de adaptación al entorno social. Regulan la forma de expresarse y de presentarse a sí mismas ante los demás para cubrir las apariencias, y son muy sensibles a las claves sociales e interpersonales que indican lo que es apropiado hacer en cada situación. En otras palabras, estas personas funcionan de acuerdo con el lema “allí donde fueres haz lo que vieres” (Church, 2000).

Finalmente, en las culturas colectivistas, dada la importancia que se otorga a los grupos adscritos, las personas suelen interactuar con menos gente y sus relaciones son más prolongadas en el tiempo. Al mismo tiempo, su conducta pública sigue normas claras, es poco relevante y afecta menos a su imagen privada. En cambio, en las culturas individualistas las personas deben relacionarse con miembros de diferentes grupos, y la conducta pública se supone que es una expresión del sí mismo privado real (Goodwin, 1999).

Los valores y las creencias

Los sociólogos llaman a las posturas frente al mundo *valores*, que son modelos culturalmente definidos con los que las personas evalúan lo que es deseable, bueno o malo, bello o feo, y que sirven de guía para la vida en sociedad. Desde el punto de vista de la cultura, los valores son enunciados acerca de cómo deben ser las cosas. Para la Psicología social los valores son constructos psicosociales que expresan la relación estable e integral entre el individuo y la sociedad (Ros, 1993).

En general, los valores son principios amplios y generales que sirven de base a las *creencias*. Éstas, por su parte, son manifestaciones específicas que las personas consideran como ciertas. Así, los valores son proposiciones más abstractas acerca de cómo deben ser las cosas, mientras que las creencias hacen referencia a asuntos más específicos, sobre los que se emite un juicio acerca de su verdad o falsedad. Rokeach (1973) definió los valores como metas individuales —creencias personales interrelacionadas—, jerárquicamente estructuradas e internamente consistentes.

Los valores culturales son normativos, designan lo deseable o cómo se espera que sea la realidad. Describen los ideales de una sociedad. Ahora bien, dichos ideales pueden coexistir a pesar de no ser cumplidos por la mayoría de las personas. Así, por ejemplo, aunque las relaciones prematrimoniales estaban proscritas en los años 50 del siglo pasado en España, los embarazos prematrimoniales eran numerosos.



Kushboo saliendo del tribunal
donde se la juzgó de libelo
contra la cultura tamil

Recientemente, en el año 2005, la actriz india Kushboo ha sufrido el acoso y persecución de parte de la población tamil (de Tamil Nadu, en el sudeste del país).

La actriz, con anterioridad un ídolo, pasó a ser objeto de acoso, junto con su familia, por unas manifestaciones en las que decía que:

“la sociedad debe liberarse del pensamiento retrógrado de que una mujer ha de llegar virgen al matrimonio [...] Si las mujeres deciden tener relaciones sexuales antes del matrimonio, éstas deben protegerse de embarazos no queridos y del SIDA”.

Esto ocurre en un país donde entre el 20 y 25% de las jóvenes indias tienen relaciones sexuales antes del matrimonio (*El País*, 11 de diciembre, 2005, p. 11).

Los valores, en cuanto se plasman en normas sociales, se aplican en todas las áreas. Por ejemplo, en el dominio de la familia, una cultura que legitima las diferencias de estatus (esto es, un valor social) se reflejará en el alto grado en que los adultos controlan y castigan a los niños, es decir, en lo que se denomina *conductas de rol* (Páez y Zubieta, 2003).

En la actualidad, los países desarrollados comparten valores de igualdad social y universalistas, es decir, se entiende que las normas son aplicables a todo el mundo por igual, y que todos los ciudadanos son dignos de los mismos derechos. Pero uno de los conflictos actuales más importantes que atraviesa toda Europa es cómo se compagina la igualdad con la diversidad. Por ejemplo, cada país enfoca de distinto modo la cuestión de la libertad y la educación religiosa. En Gran Bretaña, el Estado financia escuelas anglicanas, católicas y judías, pero hasta muy recientemente se ha negado a subvencionar escuelas musulmanas (permite su existencia pero no las financia). En Francia, el gobierno concede importantes subvenciones al sistema

privado de escuelas católicas, pero niega financiación pública a judíos, musulmanes y otras escuelas cristianas no católicas. Lo mismo sucede en España, donde se financia los colegios religiosos católicos y se oferta obligatoriamente la religión católica, aunque esta oferta no se generaliza al resto de confesiones religiosas (Parekh, 2005).

3.4 Dimensiones de valores que definen las culturas

En este apartado se prestará atención a una serie de teorías y líneas de investigación que se han centrado en el intento de solucionar una cuestión central en el estudio de las culturas, en concreto, la forma de clasificarlas para poder compararlas entre sí.

Modelo de Hofstede

Los valores culturales centrales se han reflejado en trabajos como el de Inkeles y Levinson (1969). Estos autores señalan una serie de problemas que son básicos en cualquier cultura y deben recibir algún tipo de solución. Son, en concreto:

- a) La relación con la autoridad.
 - b) La concepción de sí mismo, que incluye:
 - La relación entre la persona y la sociedad
 - Las diferencias entre hombres y mujeres
 - c) Cómo afrontar el conflicto, controlar la agresión y la expresión de las emociones.
- Las culturas se diferenciarán en la forma de responder a las preguntas básicas anteriores.



Geert Hofstede
Profesor emérito de la
Universidad de Maastricht

Hofstede (1999, 2001), en su investigación sobre valores, ha identificado empíricamente (por medio de un análisis factorial colectivo en el que las naciones son la unidad de análisis) una solución factorial de cuatro dimensiones que coinciden con los problemas sociales planteados por Inkeles y Levinson.

Tales dimensiones son:

- Distancia jerárquica
- Individualismo-colectivismo
- Masculinidad-feminidad
- Evitación de la incertidumbre

Hofstede (1991) definió la cultura como la programación cultural de la mente que diferencia unos grupos de otros. Aplicó a trabajadores de IBM (de distintos estratos profesionales), en cincuenta países y tres regiones, una escala de valores asociados al trabajo (Hofstede, 1991). Posteriormente, en 2001, publicó datos referidos a 74 naciones y regiones del mundo. Estas incluyen Europa del Este, Central, Norte y Sur, Norteamérica y Latinoamérica, Australia, Asia, Países Árabes y África. En su muestra, el mundo desarrollado (Europa y América del Norte) está sobrerrepresentado, mientras que África está infrarepresentada. Pese a todo, su base de datos es la más completa entre las publicadas hasta la fecha (Hofstede, 2001).

Las dimensiones culturales que encuentra están basadas en un análisis colectivo. La media de cada país es la unidad de análisis que se utiliza para describir cómo se posiciona en el conjunto de dimensiones. Para una descripción detallada de estas dimensiones puede consultarse en castellano la obra de Páez, Fernández, Ubillos y Zubieta (2003). Aquí se definirá brevemente cada una:

- La *distancia jerárquica*, o hasta qué punto los miembros menos poderosos de los grupos aceptan las desigualdades de poder. Podemos distinguir entre países de baja distancia jerárquica como, por ejemplo, Dinamarca o Nueva Zelanda y países de alta distancia jerárquica como, entre otros, Malasia y Guatemala.
- *Individualismo-colectivismo*, o la prioridad dada a la persona o al grupo (colectivo, con frecuencia, la familia extensa). Países colectivistas son Guatemala, Indonesia y Taiwán, y naciones individualistas son Estados Unidos y los países de Europa occidental. Los asiáticos confucianos son los que más se diferencian del individualismo occidental, mientras que los latinoamericanos muestran un perfil mixto y menos distante de los individualistas europeos y anglosajones. En el Cuadro 3.4 se muestran los valores correspondientes a individualismo y colectivismo.
- *Masculinidad-feminidad*, o grado en que las culturas marcan la distinción entre hombres y mujeres. Las culturas masculinas enfatizan las conductas estereotípicas de género y los valores masculinos dominantes como el éxito, el dinero, la competición y la asertividad. Las culturas femeninas marcan menos las diferencias de rol de género, no son competitivas y valoran la cooperación y el cuidado de los débiles. Países masculinos son Japón, Austria y México; naciones femeninas son los países escandinavos, Países Bajos, Chile y Costa Rica.
- *La evitación o control de la incertidumbre*, o grado en que la gente se siente amenazada por las situaciones ambiguas o por el miedo a lo desconocido, que intentan evitar por medio de códigos y creencias estrictas. Las naciones de alta evitación de la incertidumbre, como Grecia o Portugal, buscan la seguridad y son intolerantes ante la incertidumbre. Las culturas de países con baja evitación de la incertidumbre, como Jamaica o Dinamarca, son más relajadas y aceptan más los riesgos. Además, no tienen una necesidad de reglas formales que regulen la actuación en cada momento.

Cuadro 3.5: Características del individualismo-colectivismo.

Individualismo bajo (colectivismo)	Individualismo alto
• Todos son dependientes de grupos adscritos, familia más numerosa • Conciencia de Nosotros • El patrón de valores que se aplica al propio grupo no se aplica al resto de grupos • <i>Particularismo</i>: preferencia excesiva que se da al interés particular sobre el general	• Interdependencia voluntaria de relaciones elegidas • Conciencia del Yo • El patrón de valores que se aplica al propio grupo se extiende al resto de grupos • <i>Universalismo</i>: comprensión, aprecio, tolerancia y protección para el bienestar de toda la gente y para la naturaleza
Valores	Valores
• Materialismo • <i>Conservación</i>: tradición, conformidad y seguridad • Lealtad al grupo, responsabilidad compartida, estatus adscrito	• Hedonismo, postmodernismo, bienestar • Autonomía afectiva e intelectual, compromiso igualitario • Responsabilidad individual, relación negociada con el grupo, meritocracia

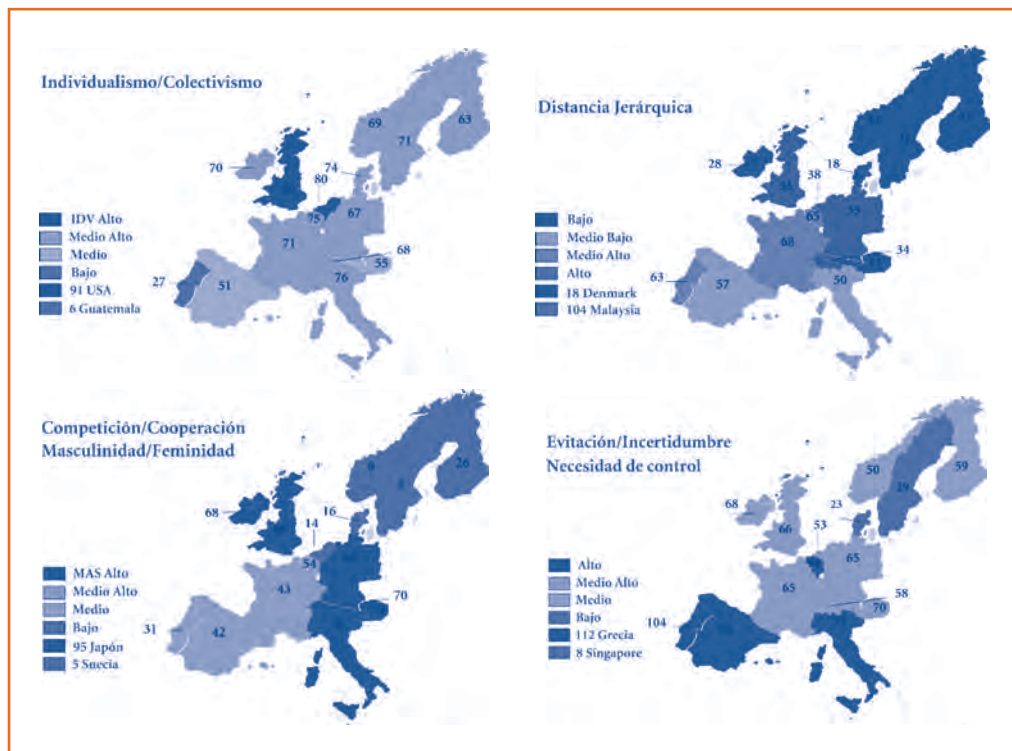
Fuente: Páez y cols. (2003, p. 57).

Los mapas que se presentan debajo, en la Figura 3.1, y que corresponden a Europa Occidental, muestran las puntuaciones medias para cada una de las cuatro dimensiones de Hofstede. Una descripción más detallada la ofrecen Páez y cols. (2003, pp. 85-87).

A pesar del hecho que las encuestas a los empleados de IBM se realizaron hace ya más de tres décadas, y de que algunas naciones han cambiado su posición en estas dimensiones (por ejemplo, Chile cambia su puntuación de feminidad), las puntuaciones de Hofstede muestran una alta validez concurrente con la investigación transcultural actual (Bond y Smith, 1996; Fernández, Carlson, Stepina y Nicholson, 1997).

El capítulo sobre aspectos transculturales de la 4ª edición del *Handbook of Social Psychology* también concluye que el individualismo y la distancia jerárquica serían dos dimensiones culturales importantes que influyen sobre los procesos psicológicos (Fiske, Kitayama, Markus y Nisbett, 1998). Otros autores encuentran empíricamente que la feminidad cultural (Arrindell, Hatzichristou, Wensink, Rosenberg, van Twillert, Stedema y Meijer, 1997; Páez y Vergara, 1995) y la evitación de la incertidumbre (Lynn y Martin, 1995) son dos dimensiones que afectan fuertemente a la afectividad.

Figura 3.1: Mapas de Europa Occidental con las puntuaciones medias de cada país en las cuatro dimensiones de Hofstede.



Fuente: Hofstede, 2001.

Modelo de Triandis: individualismo y colectivismo (vertical y horizontal)



Harry Triandis
Universidad de Illinois

Triandis (1995) plantea también una tipología. En ella se combina el individualismo y colectivismo con la jerarquía, es decir, con la dimensión vertical-horizontal.

De hecho, estos conceptos configuran las dos dimensiones más importantes y contrastadas que sirven para definir las culturas.

Una explicación más detallada del desarrollo de la teoría de Triandis se puede consultar en Gouveia (2001).

A continuación y de manera sintética, se resume la tipología propuesta por Triandis en el Cuadro 3.6.

Cuadro 3.6: *Individualismo y colectivismo (vertical y horizontal), según Triandis.*

**Individualismo horizontal:
UNICIDAD**

- Tener espacio propio
- Identidad propia
- Ser diferente a los demás

**Individualismo vertical:
Orientación hacia el LOGRO**

- Valorar el triunfo
- Hedonismo

**Colectivismo horizontal:
COOPERACIÓN**

- Prestar atención a las relaciones con los iguales dentro del grupo
- Valorar la armonía grupal

**Colectivismo vertical:
CUMPLIMIENTO**

- Respeto y obediencia al poder

Modelo de Schwartz

La investigación de Schwartz (1994) proporciona información sobre los valores humanos que caracterizan a las culturas. Este autor estudia los valores desde los dominios individual y colectivo, proponiendo una estructura universal de dichos valores. Para una descripción en castellano más detallada y actualizada de estas tipologías de valores puede consultarse la obra de Ros y Gouveia (2001).

Valores colectivos de Schwartz

Según este autor, existen diferentes tipos de culturas individualistas y colectivistas. De hecho, existen una serie de dimensiones culturales colectivas capaces de diferenciar unas culturas de otras. Así, las culturas individualistas pueden enfatizar valores de dominio (potencian la ambición, el éxito y la competitividad y el riesgo), autonomía intelectual y afectiva. Por su

parte, las culturas también pueden reafirmar valores colectivistas como el compromiso igualitario (las personas cooperan voluntariamente en la búsqueda del bienestar), el conservadurismo (promueven el mantenimiento del *estatu quo*) y la jerarquía (enfatan las diferencias de estatus y poder entre roles) (véase el Cuadro 3.7).

Cuadro 3.7: Valores culturales-colectivos según Schwartz.

Conservación <i>versus</i> autonomía Grupo <i>versus</i> individuo	
Conservación • Intereses de la persona = intereses del grupo • Mantener el orden social • Seguridad, conformidad, tradición	Autonomía afectiva e intelectual • Persona como ente autónomo, búsqueda de intereses individuales • Autonomía afectiva: estimulación y hedonismo • Autonomía intelectual: auto-dirección
Jerarquía y Competencia <i>versus</i> Compromiso igualitario y Armonía Formas legítimas de buscar los intereses personales o grupales <i>versus</i> Supeditar el interés personal a la igualdad y la armonía social	
Jerarquía • Adscripción de roles y recursos • Poder social, autoridad, influencia • Colectivismo jerárquico-vertical Competencia • Prioridad: autoafirmación • Ambición, éxito, riesgo	Compromiso igualitario • Preocupación por el bienestar de los demás • Igualdad, justicia social • Responsabilidad, honestidad Armonía • Armonía con naturaleza • Un mundo en paz, ser útil
Nota: Este cuadro es el resultado del análisis de las respuestas de participantes de 38 naciones, 86 muestras, con un método de análisis denominado SSA (<i>Smallest Space Analysis</i>), que es un análisis de escalonamiento multidimensional, donde los valores se sitúan como puntos en un espacio multidimensional.	

Fuente: Adaptado de Schwartz (1994).



Shalom Schwartz, Universidad Hebrea de Jerusalén, es en la actualidad Presidente de la Asociación de Psicología Transcultural

Las diferencias en valores, entre Europa y los Estados Unidos de Norteamérica, según Schwartz y Ros (1996), consisten en que

- En Europa Occidental se otorga prioridad a la autonomía personal entendida como independencia y responsabilidad social hacia los demás.
- En los Estados Unidos de Norteamérica se valora la autonomía personal entendida como búsqueda de placer y del éxito, y seguridad y orden social.

Valores individuales de Schwartz

Schwartz y Bilsky (1987, 1990) proponen que los valores humanos tienen una estructura universal. Clasifican los valores como tipos motivacionales, donde cada valor refleja metas y objetivos a perseguir y se agrupan en función del tipo de objetivo que se pretende lograr. Las diez motivaciones básicas se describen a continuación. Así, el lector podrá constatar que estas motivaciones se agrupan, a su vez, en cuatro objetivos básicos y en tres orientaciones generales (véase Cuadro 3.8).

Cuadro 3.8: Tipos motivacionales de los valores humanos y los objetivos básicos.

Tipos motivacionales	
1. Poder: búsqueda de la posición y prestigio social 2. Logro: el perseguir el éxito personal 3. Hedonismo: placer y gratificación sensual para la persona 4. Estimulación: excitación, variedad, novedad y desafíos en la vida 5. Autodirección: independencia en la acción y el pensamiento 6. Universalismo: comprensión, aprecio, tolerancia y protección para el bienestar de toda la gente y para la naturaleza 7. Benevolencia: preocupación por el bienestar de la gente próxima 8. Tradición: respeto de las costumbres y la religión 9. Conformidad: limitación de las acciones 10. Seguridad: búsqueda de seguridad, armonía y estabilidad en la sociedad	
Objetivos generales	Tipos motivacionales correspondientes a los objetivos generales
Trascendencia	= Universalismo y benevolencia
Promoción personal	= Poder, logro y hedonismo
Conservación	= Tradición, conformidad y seguridad

Fuente: Zlobina, en Páez y cols. (2003, pp. 73-82).

Por lo que se refiere a las orientaciones generales, Schwartz las concreta en tres fundamentales: valores personales de orientación *individualista* (formada por valores de poder, logro, hedonismo, estimulación y autodirección), valores de orientación *colectivista* (benevolencia, tradición y conformidad) y valores de orientación *mixta* (seguridad y universalismo).

Modelo de A. P. Fiske

Alan Page Fiske realiza una revisión de los estudios sociológicos y antropológicos (Fiske, 1991, 1992) y propone la existencia de cuatro elementos clave en las relaciones sociales. Estos serían el compartir social o comunal, la jerarquía de autoridad, la equidad (igualdad) y la tasación (coste-beneficio).

Así, los dos primeros guardarían relación con las dimensiones de colectivismo y distancia jerárquica, en la línea de Hofstede, y a las que ya se hizo alusión. La equidad se refiere a la igualdad en las relaciones, es decir, tiene lugar cuando cada persona de la relación contribuye por igual en una interacción social. La importancia de medir todo por su valor material, por

su parte, se asociaría más con la instrumentalidad. Por lo tanto, estos dos conceptos se vincularían con la feminidad y la masculinidad (respectivamente) que postulaba Hofstede.

Posteriormente, Fiske y colaboradores (1998) realizan un examen detallado de datos transculturales y constatan que la imagen de independiente no se puede equiparar a la competitividad. De la misma forma, la interdependencia no está exenta de motivaciones orientadas al beneficio grupal (Morales, 2000). Sobre esta cuestión volveremos, más adelante, cuando tratemos el individualismo-colectivismo, las actitudes y autoconceptos.

Modelo de Trompenaars

El estudio de Fons Trompenaars (1994) plantea que la cultura es la manera en que un grupo de personas resuelve los problemas. Estos problemas se pueden estructurar en torno a tres categorías:

- # En primer lugar, tendríamos aquellos que se derivan de nuestras *relaciones con otras personas* (por ejemplo, en Norteamérica las relaciones laborales son típicamente instrumentales y están centradas en la consecución de objetivos; sin embargo en Latinoamérica dichas relaciones se basan más en la expresividad).
- # En segundo lugar, contaríamos con aquellas dificultades que provienen de las actitudes ante el *factor tiempo* (por ejemplo, en naciones como Suecia u Holanda, el tiempo se percibe como una línea recta, una sucesión de eventos. Por el contrario, en ciertos países africanos piensan en el tiempo más como un círculo, en el que pasado y presente se unifican con las acciones futuras).
- # Finalmente, tendríamos aquellos *dilemas relacionados con el entorno* (así, existirían culturas que ven que lo que afecta a sus vidas reside dentro de la persona. Aquí se derivan motivaciones y valores desde dentro de uno mismo. En oposición, otras culturas perciben que el control del mundo es más externo y por consiguiente no puede dominarse).



Fons Trompenaars

Además, Trompenaars sostiene que nuestros valores determinan la definición de lo bueno y lo malo, y se relacionan estrechamente con los ideales compartidos por un grupo.

Estos valores se estructuran, siguiendo al sociólogo Parsons, en torno a las siguientes **cinco orientaciones**:

- Universalismo *versus* particularismo
- Individualismo *versus* colectivismo
- Neutra *versus* afectiva
- Específico *versus* difuso
- Logro *versus* atribución (véase Gráfico 3.1 y Cuadro 3.9)

Trompenaars realizó un estudio sobre dilemas de elección, con empleados de multinacionales en 50 países, en los años 1980-1990 (Trompenaars, 1994; Smith, Dugan y Trompenaars, 1996). Sus análisis con técnicas de escalonamiento multidimensional, extrajeron dos dimensiones principales (nivel cultural o entre países):

- *Conservación* (particularismo y estatus adscrito) *versus* *compromiso igualitario* (universalismo y estatus por mérito). El universalismo es la posición que afirma que todos somos iguales en recursos y justicia. Universalismo es similar al compromiso igualitario de

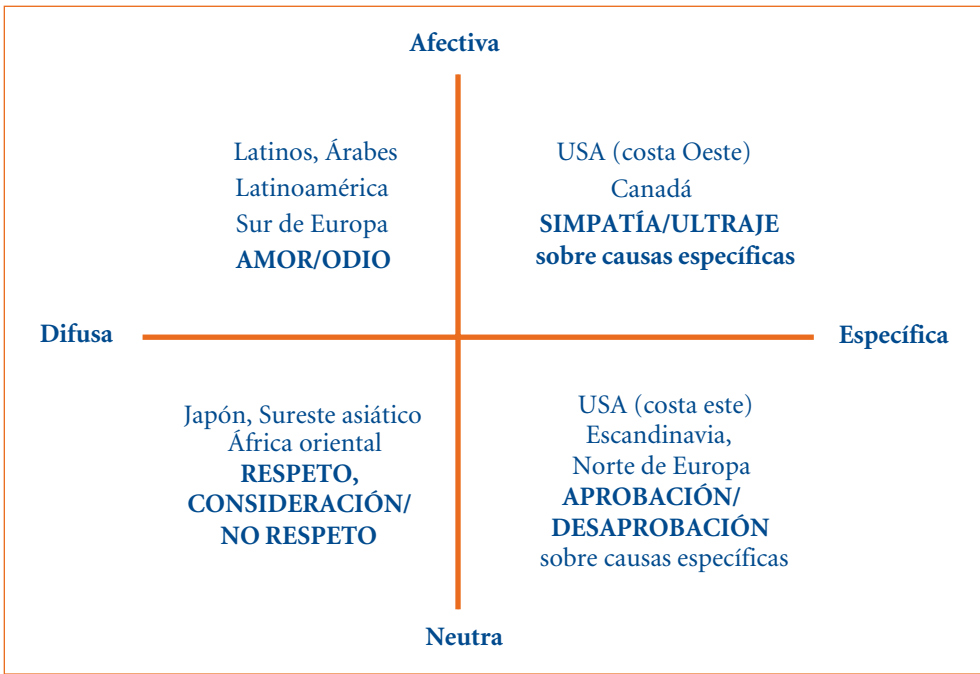
Schwartz y al individualismo que se da en un contexto de baja distancia jerárquica, es decir, al individualismo horizontal. Mientras que el particularismo es equivalente al valor de conservación postulado por Schwartz y al colectivismo que se da en un ambiente de alta distancia jerárquica, vale decir, al colectivismo vertical.

- *Compromiso leal versus compromiso utilitario.* Se basa en cómo las personas definen sus relaciones con los grupos (lealtad a las relaciones adscritas *versus* lealtad libremente elegida). Esta dimensión es similar al individualismo-colectivismo de Hofstede.

Así, China puntúa alto en compromiso leal (la lealtad familiar es obligada), mientras que Rusia y otros países de Europa del este puntúan en el polo del compromiso utilitario (además de ser particularistas, es decir, deben priorizar las relaciones particulares elegidas de manera voluntaria, como, por ejemplo, los amigos).

En sociedades individualistas todo el mundo debe ser tratado por igual (universalismo); por ejemplo, dar un trato preferente a un cliente por encima de otros se considera un mal método comercial y una falta de ética. En sociedades colectivistas ocurre lo contrario (la distinción entre nuestro grupo y los otros grupos está profundamente enraizada): tratar a los amigos mejor que a otros es lo natural y ético, y una buena práctica comercial (particularismo) (Hofstede, 1999). Para las personas con una mentalidad colectivista-particularista “se debe establecer una relación de confianza para poder hacer cualquier negocio con otra persona”, entonces el otro será admitido en el grupo y será objeto de un trato preferente. Para una mente colectivista sólo las personas físicas son dignas de confianza, y a través de ellas sus amigos, pero no las entidades abstractas como una empresa.

Figura 3.2: Diferencias culturales.



Fuente: Trompenaars (1994, p. 88).

Cuadro 3.9: Tipología de Trompenaars. Culturas neutras vs. afectivas; específicas vs. difusas.

Culturas neutras - Relaciones específicas	Culturas Neutras - Relaciones difusas
Norte de Europa y Escandinavia Desaprobación de la comunicación emocional intensa y separación privado vs. público	Colectivistas asiáticas Desaprobación de la comunicación emocional intensa. Mezcla de lo laboral y lo social
Culturas Afectivas - Específicas	Culturas Afectivas - Difusas
Estados Unidos de Norteamérica, Canadá, Australia Nueva Zelanda (anglosajones inmigrantes) Expresión de emociones de forma específica en cada espacio o rol	Sur y Este de Europa, Iberoamérica y África Relaciones globales y espacios entremezclados, afectos extremos

Fuente: Trompenaars (1994).

Modelo de Inglehart

Inglehart ha analizado el cambio cultural, en las sociedades contemporáneas, valiéndose de los resultados suministrados por las encuestas europeas y mundiales (*World Value Survey*). Una de sus hipótesis plantea que las sociedades industriales avanzadas se caracterizan por el predominio de valores postmaterialistas frente a valores materialistas. Los valores postmaterialistas están representados por ítems como desear el bienestar subjetivo, no dar importancia al trabajo duro, valorar la tolerancia social y confiar en la gente, mientras que en el polo opuesto se sitúan los valores materialistas caracterizados por el rechazo a los grupos diferentes, el respeto a los padres, la importancia del trabajo, y creer que las mujeres deben tener niños para realizarse (Inglehart, 1998).



Ronald Inglehart
Universidad de Michigan

El cambio social está estrechamente vinculado al nivel de desarrollo socioeconómico y al bienestar social de las sociedades postmodernas.
A esto hay que añadir que hay un efecto de cohorte dentro de cada sociedad, de manera que las personas de mayor edad comparten en mayor medida valores materialistas que los jóvenes.
Las viejas generaciones han vivido en su juventud la pobreza y las guerras, mientras que las generaciones jóvenes (en los países desarrollados) han crecido en sociedades prósperas económicamente y estables política y socialmente.

Convergencia de los valores de Hofstede, Schwartz, Fiske y Trompenaars

En este apartado se analizan las relaciones entre las dimensiones pertenecientes a los diferentes modelos expuestos hasta ahora. Comenzaremos presentando en los cuadros 3.10 y 3.11 las posibles relaciones entre los constructos que permiten estructurar las diferencias culturales.

Cuadro 3.10: *Relaciones entre conceptos de Hofstede, Schwartz y Fiske.*

Hofstede	Schwartz	Fiske
Individualismo	Autonomía afectiva	Bajo compartir social
Colectivismo	Conservación	Alto compartir social
Alta distancia jerárquica	Jerarquía	Alta jerarquización
Baja distancia jerárquica	Compromiso igualitario	Baja jeraquización
Baja evitación incertidumbre	Autonomía intelectual	
Masculinidad	Dominio	Tasación (costes-beneficios)
Feminidad	Armonía	Equidad (igualdad)

Fuente: Smith y Bond (1998, p. 59).

Cuadro 3.11: *Una posible clasificación de los tipos de cultura.*

Valor Dominante	Colectivismo	Autonomía
Jerarquía	Colectivismo vertical (Naciones asiáticas)	Particularismo
Igualdad	Colectivismo horizontal (Naciones del Sur de Europa, Costa Rica)	Universalismo

Fuente: Smith y Bond (1998, p. 59).

Las correlaciones ecológicas o colectivas, es decir, las que se obtienen a partir de las puntuaciones medias por país o nación como unidad de análisis, sobre las que hay estimaciones de los indicadores de Hofstede, Schwartz y Trompenaars, muestran que las puntuaciones de individualismo de Hofstede tienden a converger positivamente con los valores de Trompenaars y Schwartz (Basabe y Ros, 2005; Hofstede, 2001; Páez y cols., 2003).

Convergencia entre Hofstede y Schwartz

El individualismo de Hofstede se asocia a la autonomía intelectual y afectiva, así como al compromiso igualitario de Schwartz. Estas dimensiones contemplan un conjunto de rasgos del individualismo instrumental y expresivo: contienen ítems que se refieren a desear una vida

variada y placentera, y a valorar la creatividad, la igualdad, la libertad y la responsabilidad. En su extremo opuesto estaría el colectivismo, es decir, el predominio del grupo sobre la persona, la lealtad al endogrupo y la responsabilidad colectiva.

El compromiso igualitario implica una baja distancia jerárquica; de hecho los indicadores de individualismo se relacionan negativamente con los indicadores de jerarquía (Basabe y Ros, 2005). El individualismo de Hofstede también se vincula negativamente a los valores de conservación de Schwartz, es decir, el colectivismo laboral se asocia a valores de orden y seguridad, tradicionalismo, auto-disciplina e importancia de las relaciones públicas.

Convergencia entre Hofstede y Trompenaars

La autonomía personal en el trabajo de Hofstede se asocia fuertemente con el predominio de la meritocracia y de las normas universalistas en el estudio de Trompenaars. Sin embargo, el particularismo puede reflejar distintos tipos de colectivismo: los chinos son particularistas porque priman la lealtad familiar, mientras en Rusia y otros países europeos del Este son particularistas, pero eligen respecto a quiénes lo son (los lazos no están predeterminados). Por el contrario, en las culturas individualistas universalistas priman las relaciones formales con criterios de trato universal (a todos igual).

El individualismo de Hofstede también se asocia al compromiso igualitarista de Trompenaars. El colectivismo en el trabajo de Hofstede, vinculado a una relación estable a largo plazo con la empresa y la satisfacción de necesidades materiales, se asocia al estatus adscrito, a las relaciones particularistas, a la responsabilidad compartida y a una relación de lealtad a largo plazo con los endogrupos (Basabe y Ros, 2005; Páez y cols., 2003).

Otras dimensiones culturales relevantes

Como señalaba Edward T. Hall (1959), en su libro *El lenguaje silencioso*, comunicarse no significa lo mismo para todas las culturas, la cultura decide a qué prestamos atención y qué ignoramos. Este autor popularizó la idea de que en cada contexto cultural existe una forma particular de estructurar la distancia física y el tiempo. Atendiendo a esta premisa, a continuación analizaremos las dimensiones de alto-bajo contexto, tiempo monocrónico-policrónico y culturas de bajo-alto contacto.

Contexto alto versus bajo y estilo de comunicación directo e indirecto

Gudykunst (1994), Páez y cols. (2003) y Trompenaars (1994) han hecho hincapié en esta dimensión.

- *Culturas de alto contexto*: la mayor parte de la información está en el contexto físico o en la persona, hay muy poco contenido en la parte explícita verbal del mensaje. En las naciones colectivistas asiáticas, por ejemplo, el estilo de comunicación es indirecto e implícito, las afirmaciones suelen ser relativas y se emplea la insinuación, todo ello para mantener la armonía y evitar las confrontaciones directas. En Japón (también en Latinoamérica) cuando se dice “sí”, no siempre significa “sí” o “estar de acuerdo”, sino que puede ser una simple forma de cortesía hacia la otra persona.
- *Culturas de bajo contexto*: aquí, la mayor parte de la información es explícita y verbal. En las culturas individualistas la comunicación es directa y explícita, es decir, está centrada en el mensaje, se exponen directamente los puntos de vista, ya que se pretende ser claro y sincero.

Los estilos directo e indirecto están relacionados con cómo hacemos las preguntas o nos dirigimos al otro. Por ejemplo, los filipinos veían a los norteamericanos (pertenecientes a

los cuerpos de paz) como rudos y sin tacto. Los chinos emplean estructuras ambiguas como formas educadas de “salvar la cara”. En los países asiáticos se utiliza poco el “no” y el “sí” puede significar “no” o “tal vez”. Así, respecto a las formas de invitación, en occidente consideran la respuesta afirmativa como confirmación, y se enfadan cuando el visitante asiático no acude a una cita cuando con anterioridad ha dicho que sí lo haría (Ward, Bochner y Furnham, 2001, p. 53).

Noción del tiempo

Ha sido Trompenaars (1994), sobre todo, el que ha hecho hincapié en esta dimensión.

- *Tiempo policrónico*: significa hacer varias cosas a la vez, manteniendo los compromisos (por ejemplo, los vendedores atienden a varias personas a la vez; hay que hacer el trabajo, pero también ser amable, cortés y sociable).
- *Tiempo monocrónico*: consiste en hacer una cosa tras otra; normalmente, existe una agenda que anticipa los eventos, el horario implica un compromiso ineludible, la puntualidad es norma (por ejemplo, en las tiendas o paradas de autobús se sigue un orden riguroso de llegada).



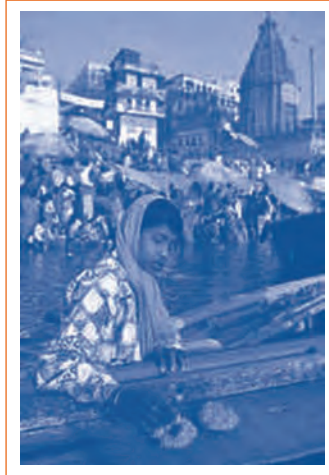
Trompenaars ilustra con un ejemplo el choque cultural que puede producirse en relación con esta dimensión: un surcoreano explica la impresión que le causó una cita de trabajo con su jefe holandés: “Él estaba al teléfono. Yo entré en su despacho y me saludó con la mano [...] Luego continuó hablando como si yo no estuviera en la habitación. Sólo cuando acabó de hablar, cinco minutos más tarde, se levantó y me dijo de forma muy entusiasta, pero falsa, —Kim, qué alegría verte, después de tanto tiempo—” (Trompenaars, 1994, p. 111).

Alto versus bajo contacto

Esta dimensión se encuentra fundamentalmente en la obra de Hall (1959).

- *Culturas de alto contacto*: poca distancia entre las personas y elevado contacto físico. Es característico de mediterráneos, latinos y árabes, aunque con algunas diferencias de matiz. Por ejemplo, aunque los contactos físicos entre personas de diferente género están regulados en el caso de mediterráneos y latinos, en el caso árabe existe una segregación más marcada, si bien entre los árabes se permite un alto contacto físico entre hombres. En general, la cultura latina posee más proximidad física, contacto y gestualidad e interacción paralingüística, es decir, “leer entre líneas”.
- *Culturas de bajo contacto*: alta distancia y poco contacto físico. Culturas con estas características son las individualistas, es decir, anglosajones, europeos del norte y centro. Y las

culturas de bajo contacto colectivistas: China, Japón, Tailandia, Indonesia, Filipinas y Vietnam. Sin olvidarnos de que las personas con un bajo estatus social deben guardar la distancia, por ejemplo, los “intocables” en la India.



3.5 Factores predictores de variabilidad cultural

Las dimensiones culturales que hemos expuesto a lo largo del capítulo, están asociadas a variables ecológicas, económicas y sociodemográficas, así como a indicadores macrosociales. A continuación, trataremos de describir algunas de estas variables e indicadores. En concreto, analizaremos el clima y la latitud como variables ecológicas, el índice de desarrollo humano (IDH) como factor socioeconómico, y la religión como indicador macrosocial.

Variables ecológicas: clima y latitud

Comprenden los indicadores que definen la estructura geográfica y climática de los países. Entre ellos destaca la *latitud*. En el Cuadro 3.12 se presentan algunos resultados de estudios que han utilizado estos indicadores.

Cuadro 3.12: Influencia del clima y la latitud en las diferencias culturales.

- El estudio de Pennebaker, Rimé y Blankenship (1996), en el que se utilizaba la latitud en valor absoluto (distancia entre el país de estudio y el ecuador) encontró que, cuando se comparaba dentro de cada país las personas del norte con las del sur, el clima cálido se relacionaba con una mayor emoción.
- En el estudio de Hofstede, ya citado en este capítulo, la latitud geográfica predice el 43% de las diferencias entre culturas en distancia jerárquica: una alta latitud (por ejemplo climas fríos) se asocia a la menor distancia jerárquica, junto con el alto poder adquisitivo.
- El individualismo está fuertemente relacionado, tanto con el desarrollo económico como con la alta latitud geográfica, de forma que, por ejemplo, los países con climas fríos y moderados tienden a ser culturas individualistas, mientras que los países con climas cálidos tienden a ser colectivistas.

No se debe deducir de aquí que el clima sea un factor explicativo de las diferencias emocionales. Así, una revisión de metaanálisis con los datos colectivos de países mostró que los factores socioeconómicos y culturales eran predictores más importantes de las experiencias emocionales hedónicas (el bienestar subjetivo y el equilibrio emocional) que el clima, y los efectos del clima desaparecen cuando se controlan otros factores socioeconómicos y culturales (Basabe, Páez, Valencia, González, Rimé y Diener, 2002).

Variables socioeconómicas

El Índice de Desarrollo Humano (IDH) combina tres componentes básicos: *longevidad* (esperanza media de vida de la nación), *educación* (tasa de alfabetización y población escolarizada) y *nivel de vida* (producto nacional bruto por persona). El IDH es la mejor medida de desarrollo, mejor que otras más limitadas, como el producto interior bruto o la renta per cápita. Las puntuaciones de IDH de cada nación son publicadas periódicamente por Naciones Unidas-Programa para el Desarrollo (PNUD). Estos datos pueden obtenerse en la página web de Naciones Unidas.

Tanto Hofstede (2001) como Triandis (1995) postulan qué factores causales del individualismo han sido el desarrollo socioeconómico, la baja densidad de población, la urbanización, las migraciones y el cambio de la familia extensa a la familia nuclear. Todos estos cambios han aumentado las posibilidades de elección de las personas, así como los recursos y han promovido la autonomía personal respecto a los grupos adscritos, como la familia. Inglehart (1998) también sugiere que el desarrollo socioeconómico incrementa el bienestar y los valores postmaterialistas y promueve valores autoexpresivos (Basabe y Ros, 2005). Asimismo, el individualismo está vinculado históricamente a la tradición democrática republicana, de respeto a los derechos humanos y al protestantismo (tal como planteaba Weber, 1901-1994).

Con respecto a la influencia del desarrollo económico en la experiencia subjetiva de las emociones, dos estudios muestran que los ingresos económicos altos se relacionaban con el bienestar subjetivo o la experiencia emocional placentera cuando se controlan otros factores socioculturales (Arrindell y cols., 1997; Diener, Diener y Diener, 1995). Sin embargo, el efecto del IDH (PNUD, 1999) no es tan consistente. Se relaciona con el bienestar subjetivo, pero no con el equilibrio de afectos (positivos y negativos); el efecto más consistente es del individualismo sobre las experiencias emocionales (Basabe, 2002).

Una revisión de la relación entre valores (según los modelos de Hofstede, Schwartz y Trompenaars) y factores macrosociales (en Basabe y Ros, 2005) encontró que el desarrollo socioeconómico se asocia a mayores valores individualistas, y que el bienestar refuerza el individualismo cultural (Hipótesis de Inglehart) y los valores postmaterialistas. Esto último supone un declive de la ética protestante del trabajo y del individualismo utilitarista, que parecen ceder ante el empuje de un individualismo expresivo en aumento. Es digno de subrayar que estos valores de la ética protestante son ahora más comunes en las sociedades colectivistas y jerárquicas, ya que en ellas hay una mayor presencia de las actitudes competitivas.

Como sugiere la revisión de Oyserman, Coon y Kimmelman (2002), las actitudes competitivas y de logro no se relacionan con el individualismo cultural. Una revisión reciente (Basabe y Ros, 2005) ha encontrado que la competición y el logro son más comunes en sociedades jerárquicas y de menor desarrollo socioeconómico. En línea con lo anterior, nuestros estudios (véase Basabe, Zlobina y Páez, 2004) encuentran que las actitudes competitivas de Triandis están más presentes entre inmigrantes extranjeros que en españoles, y son especialmente altas entre los

inmigrantes ecuatorianos en España (recordemos que los ecuatorianos son procedentes de una cultura fuertemente jerárquica).

Las sociedades con menor desarrollo económico, menor educación, menor esperanza de vida y menores ingresos, menos urbanizadas y con grandes diferencias sociales entre ricos y pobres (según el Índice de Gini), comparten valores más jerárquicos y autoritarios, es decir, valores que justifican las diferencias de estatus.

A diferencia del individualismo y de la distancia jerárquica, la feminidad-masculinidad cultural y la evitación de la incertidumbre no están relacionadas con el nivel de desarrollo económico del país o con la latitud geográfica. La feminidad cultural es independiente de la latitud: se encuentran culturas femeninas en países con climas cálidos (por ejemplo, Costa Rica), moderados (Chile) y fríos (Holanda), lo que significa que la influencia de la feminidad cultural y la evitación de la incertidumbre en el conocimiento y la experiencia emocional es relativamente independiente de los factores económicos y ecológicos (Hofstede, 1991) (véase el Capítulo 11 para un análisis más pormenorizado sobre las emociones).

Indicador macrosocial: la religión

Durkheim sostiene que la *religión* trata de las cosas que sobrepasan los límites de nuestro conocimiento. Además, es una institución social que incluye creencias y prácticas basadas en una concepción de lo sagrado, manteniendo el control y la cohesión social (Durkheim, 1912-1982).

La enciclopedia Salvat (1998) define el término *religión* como un “conjunto de creencias y prácticas relativas a lo que un grupo humano, o un individuo, considera como sagrado”. Asimismo, plantea que la religión es un producto de diversos grupos humanos, y sus características y evolución se encuentran íntimamente ligadas a las de la cultura en cuyo seno florece. De aquí la dificultad de hallar una definición universalmente válida y, en consecuencia, la inadecuación de las diversas clasificaciones que se proponen.

Clasificar las religiones significa más bien enumerar ordenadamente sus diversas formas objetivas. De modo muy genérico pueden dividirse en religiones de la naturaleza y del espíritu, naturales y positivas, fundadas y reveladas. Tomando por fundamento datos más históricos y sociológicos se han sugerido tres divisiones (véase Cuadro 3.13):

Cuadro 3.13: Una posible clasificación de las religiones a partir de datos históricos y sociológicos.

Clasificación de las religiones
• Las grandes religiones monoteístas del Mediterráneo (judaísmo, cristianismo, islamismo) son, al mismo tiempo, reveladas. • Las grandes religiones orientales (budismo, brahmanismo, confucionismo, taoísmo) no son monoteístas y constituyen más bien sistemas filosófico-morales sobre la base de una religiosidad primitiva. • El conjunto de las doctrinas religiosas nacidas de la reforma promovida por Lutero, el llamado protestantismo; cuyas principales ramas son: el luteranismo (norte de Europa), el calvinismo (Suiza, Francia), el presbiterianismo (Escocia y Estados Unidos de Norteamérica) y el anglicanismo (Gran Bretaña).

América Latina es predominantemente cristiana y católica. Los datos indican que, frente al 57% de Europa, un 87% de los creyentes de la región son católicos. De la misma manera, los católicos representan un 35% en América del Norte, otro 35% son protestantes, un 12% cristianos de otro tipo, un 2,6% anglicanos y un 2% ortodoxos (Kottak, 1994). En Asia, las

religiones más profesadas son el budismo, el islamismo y el hinduismo, seguidas del confucianismo, taoísmo, sintoísmo, judaísmo y animismo. En el norte del continente africano tiene una presencia dominante el islamismo, y en Oceanía predomina el protestantismo, seguido del catolicismo.

Triandis plantea que para los colectivistas la religión toma forma de adoración grupal; la salvación personal está frecuentemente unida a lo que les sucede a los parientes. Por el contrario, los individualistas perciben las creencias religiosas y la salvación como personales; ellos no necesitan unirse con los demás, y no requieren ningún intermediario como la Iglesia y los sacerdotes. En definitiva, describe que entre los estadounidenses, los protestantes son menos colectivistas que los católicos (Triandis, 1995).

El protestantismo luterano, tal como explicó Weber (1901-1994), está vinculado al surgimiento del capitalismo y las sociedades modernas. Actualmente los valores individualistas (tanto de Hofstede como de Schwartz) están más presentes en las sociedades que tienen un origen predominantemente protestante (frente a las católicas, confucianas, judías o islámicas) (Basabe y Ros, 2005). Sin embargo, como ya se ha expuesto, los valores de logro y competición (valores típicos de la Ética Protestante) son ahora menos compartidos por las culturas individualistas e igualitarias.



Las sociedades de origen confuciano comparten valores colectivistas y jerárquicos. El Confucionismo enseña la obediencia y lealtad a la familia y al Emperador, reforzando el orden social basado en relaciones desiguales.

Las (supuestas) relaciones entre el predominio del Islam y la existencia de unos valores más jerárquicos y colectivistas, que se explicarían por una organización social teocrática basada en la creencia en la obediencia a Dios, que es quien define el destino independientemente de las acciones del individuo, no se sustentan con los datos disponibles en el nivel colectivo (Basabe y Ros, 2005). Lo cual puede explicarse por la gran variabilidad cultural entre las regiones del mundo de origen islámico desde el punto de vista histórico, si bien hay que matizar que los datos disponibles son limitados por el hecho de que no existen indicadores de valores, como los manejados por Hofstede o Schwartz, para la mayoría de los países africanos o para muchas zonas de Asia.

3.6 Matizaciones sobre el análisis de la cultura

Cuando realizamos un análisis sobre una cultura no debemos caer en el error de equiparar una determinada cultura con una nación, ya que dentro de la misma nación pueden coexistir diferentes culturas —por ejemplo, la cultura indígena mapuche y la chilena mestiza en el caso de Chile, o la cultura gitana en España—. La cultura tampoco se puede atribuir a una homogeneidad o componente racial, ya que existe mayor variabilidad genética dentro de los grupos que entre ellos (véase el capítulo sobre factores psicosociales desde la perspectiva

evolucionista), y la base genética del concepto de raza se ha ido progresivamente abandonando desde mediados del siglo xx (Páez, González y Aguilera, 2000).

Otro aspecto relacionado con la cultura que hemos de evitar es el del *fundamentalismo cultural*, es decir, la cultura no es una entidad inmutable e inconmensurable. Una cultura no es un ente estable y equilibrado, es un sistema en tensión, dentro del cual coexisten normas contradictorias (Ross y Nisbett, 1991). Por ejemplo, el individualismo norteamericano (caracterizado por la autoconfianza y prioridad de los fines individuales) se asocia simultáneamente con un gran conformismo, maleabilidad y una gran capacidad de adaptación a los otros (Bellah, Madsen, Sullivan, Swidler y Tipton, 1989).

Otro riesgo que se corre al analizar las culturas es el antropomorfismo, es decir, concebir a las sociedades como personajes y a la historia como los hechos biográficos de los individuos. La cultura de una nación no consiste en una personalidad, actitud, emoción, o constructos por el estilo; es decir, no es una personalidad, actitud o emoción de tamaño gigante (Bock, 1987; Hofstede, 1991). No debemos creer que una cultura es igual a un “carácter nacional”, puesto que este último se define como las “características perdurables de la personalidad y de los estilos de vida que se encuentran en poblaciones de naciones particulares” (Godoy, 1975).

Además, ha de realizarse una comparación cultural que integre aspectos *emic* y *etic*. Estos términos tratan de distinguir entre aspectos que son específicos de cada cultura (*emic*) y aquellos que son comunes a todas ellas (*etic*) (Leung, 1989; Triandis, 1972). Las propuestas *emic* y *etic*, además de sugerir que la conducta humana debe ser considerada, ante todo, en relación con su entorno (ecológico, cultural y social), exigen que se le preste atención a la posibilidad de que un constructo pueda variar en su significado, estructura y medición para diferentes culturas.

A este respecto, Triandis (1972) propuso la siguiente estrategia para construir instrumentos culturalmente válidos (véase el Cuadro 3.14):

Cuadro 3.14: Propuesta de Triandis para construir instrumentos válidos para el estudio de las culturas.

- Desarrollar, en primer lugar, instrumentos *emic* en diferentes culturas.
- Poner a prueba, a continuación, en cada cultura, una combinación del instrumento *emic* correspondiente junto con ítems potencialmente *etic* de otras culturas.
- Por último, buscar las invarianzas panculturales en los datos, es decir, la estructura universal compartida por las diferentes culturas.

La comparación viable entre las culturas implica una serie de requisitos previos. Entre ellos destacan los que se presentan en el Cuadro 3.15.

Cuadro 3.15: Requisitos que debe cumplir la comparación entre culturas.

- # El establecimiento de la equivalencia lingüística de los instrumentos.
- # Garantías de que el significado conceptual es el mismo.
- # La misma unidad métrica y origen escalar de las escalas empleadas.
- # Una distribución idéntica de respuestas, de forma que un valor en la escala ha de corresponder al mismo grado, intensidad o magnitud del constructo.

Fuente: van de Vijver y Leung, 1997; van de Vijver y Poortinga, 1982.

Antes de concluir con las matizaciones, se presenta en el siguiente recuadro, elaborado por Elena Gaviria Stewart, cuál es el origen de la cultura.

RECUADRO: ¿Cuál es el origen de la cultura? (Elena Gaviria Stewart).

La capacidad para la cultura, como todas las capacidades mentales, tiene su origen en la evolución biológica. Por otra parte, la cultura moldea esas capacidades para que adopten expresiones concretas. Aquí reside uno de los aspectos más interesantes, y menos estudiados, del fenómeno cultural: la combinación de universalidad y diversidad. A primera vista parecen dos características incompatibles, pero en realidad son complementarias y la comprensión de los procesos psicológicos y culturales se vería muy enriquecida si se diera importancia a esa combinación.

Puesto que en este capítulo se ha abordado con detalle la diversidad cultural, daremos aquí unas breves notas sobre la faceta universal. Para empezar, la cultura no sería posible sin una serie de capacidades psicológicas que los seres humanos, y algunas otras especies, poseemos, como la imitación (o la capacidad para el aprendizaje social, en general) y la comunicación. Pero hacen falta también mecanismos que elaboren y seleccionen los contenidos (las creencias, normas, valores, etc.), y que permitan difundirlos entre los miembros de una sociedad y transmitirlos de generación en generación. Estos mecanismos tienen que ver con la cognición social, la motivación social y la interacción social, entre otras, cuyos procesos estudia la Psicología social.

Según los psicólogos sociales que adoptan un enfoque evolucionista, estas capacidades y mecanismos que hacen posible la cultura han evolucionado debido a los beneficios que reportaban a los individuos de cara a su supervivencia y reproducción a través de la actividad grupal coordinada. En este sentido, sería de esperar que existieran elementos universales, comunes a todas las culturas.

Por ejemplo, diversos autores defienden que un amplio abanico de normas morales, como las que regulan la reciprocidad, el cuidado de los demás, la obediencia, la solidaridad grupal o la responsabilidad social, pueden ser consecuencia de mecanismos que evolucionaron para resolver problemas adaptativos concretos generados por la vida en grupo (Krebs y Janicki, 2004).

Esos elementos universales pueden rastrearse incluso en un fenómeno cultural paradigmático, abordado con cierto detalle en este capítulo: la religión. Al margen de la diversidad de religiones existentes en el mundo, y de los distintos criterios que pueden emplearse para clasificarlas, hay una serie de aspectos que todas, o casi todas, comparten:

- Creencias en agentes sobrenaturales (dioses, espíritus, etc.).
- Que suelen exigir sacrificios costosos (expresiones públicas de compromiso difíciles de fingir).
- Y que controlan lo que nos produce ansiedad existencial (como la muerte, la falta de esperanza o la pérdida de sentido en la vida).

Desde este punto de vista, la religión sería la coordinación de estos elementos de forma ritualizada, de manera que las creencias y los rituales serían manifestaciones, en el nivel de la población, del “paisaje evolucionista” que moldeó las tendencias cognitivas y motivacionales individuales, como la tendencia a antropomorfizar el mundo natural o la de expresar de forma inequívoca nuestro compromiso con el grupo (Atran y Norenzayan, 2004).

Por supuesto, las creencias, valores, normas y demás componentes específicos de cualquier cultura son, por definición, compartidos por sus miembros. Puesto que no aparecen en las mentes de las personas por ciencia infusa, es necesario un proceso de comunicación. Y esa comunicación es selectiva, tanto por parte del emisor como del receptor.

Los psicólogos sociales evolucionistas que estudian la comunicación selectiva de creencias, historias y otras formas de conocimiento, han encontrado que lo que la gente transmite y comparte con otros muchas veces refleja mecanismos adaptativos (como la preocupación por ser aceptado por los demás, que influye en lo que decimos y en lo que callamos, o la motivación de autoprotección, que inspira muchos de los estereotipos grupales), y estas cosas son las que suelen convertirse en parte de la cultura popular (Schaller y Conway, 1999; Schaller, Faulkner, Park, Neuberg y Kenrick, 2004).

Continúa

Con frecuencia, la diversidad cultural eclipsa la presencia de universales y lleva a pensar en la existencia de fenómenos independientes cuando en realidad se trata de uno solo bajo diferentes formas. Un caso donde esto se ve de forma muy clara es el de la búsqueda de autoestima positiva. Se trata de un ejemplo prototípico de lo que ha aportado la investigación transcultural en la denuncia del “culturocentrismo” de Estados Unidos, donde se realizaban la mayoría de los estudios sobre procesos psicológicos y psicosociales. Según estos estudios, las personas estamos motivadas para buscar una visión positiva de nosotros mismos, para lo cual recurrimos a diversas estrategias, como, por ejemplo, la autopromoción, aireando nuestros logros y ocultando nuestros fallos. Este es un resultado ampliamente contrastado en Estados Unidos y en otros países occidentales, por lo que se consideró que era generalizable a todos los seres humanos. Sin embargo, los estudios de ese mismo fenómeno en otras regiones del planeta no obtuvieron los mismos resultados, lo que llevó a pensar que la búsqueda de autoestima positiva es una motivación característica de las culturas individualistas, mientras que en las colectivistas, como Japón o los demás países del este asiático, lo que predomina es la búsqueda del perfeccionamiento personal. De ahí que para un estadounidense sea más estimulante que le elogien por sus éxitos y para un japonés lo sea más que le critiquen los fallos (Heine, Lehman, Markus y Kitayama, 1999).

Ahora bien, si nos movemos en un nivel de abstracción algo mayor, es posible encontrar una motivación universal que engloba la búsqueda de autoestima y la de autoperfeccionamiento. Sería una tendencia básica, presente en el ser humano como especie, a “ser un buen miembro dentro de su cultura”, ya sea como individuo (en el caso de los individualistas) o como integrante de un grupo (si se es colectivista) (Heine y cols., 1999). Esta propuesta tiene bastante sentido dada la importancia que la aceptación por parte del grupo tuvo sin duda para la supervivencia de nuestros ancestros.

Por tanto, ni la existencia de mecanismos psicológicos universales excluye la posibilidad de que esas adaptaciones se expresen de diferente forma en distintas poblaciones, ni a la inversa. Al fin y al cabo, el cerebro ha evolucionado para adaptarse al ambiente, y para funcionar en grupos sociales respondiendo a otras mentes presentes en ese medio concreto. Por otra parte, la cultura es la responsable de que la evolución de nuestro cerebro se haya disparado desde la aparición de nuestra especie, al permitir que los cambios se difundan y se establezcan a una velocidad mucho mayor de lo que sería posible a través de la transmisión genética.

3.7 Una visión alternativa sobre el individualismo-colectivismo

Hasta ahora hemos analizado —desde una perspectiva cultural— los constructos individualista y colectivista, así como la masculinidad y feminidad cultural. Ahora bien, dichos conceptos también pueden ser abordados desde el plano individual. Así, desde esta óptica, Hui (1988) postula que el individualismo y el colectivismo coexisten también como una tendencia o predisposición individual. La masculinidad-feminidad igualmente se puede estudiar desde una perspectiva personal, es decir, existe variabilidad entre individuos pertenecientes a una misma cultura respecto a la imagen expresiva o instrumental de sí mismos.

Esta distinción entre las perspectivas cultural y psicológica debe tenerse en cuenta con el objeto de no intentar equiparar el plano individual con el colectivo, es decir, el hecho de que una persona pertenezca a una cultura colectivista no la califica automáticamente como expresiva e interdependiente.

En los siguientes epígrafes iremos exponiendo los modelos teóricos y las escalas sobre las actitudes y autoconceptos individualistas-colectivistas. Además, trataremos de desmitificar la vinculación que se presupone entre individualismo *vs.* colectivismo cultural y la imagen independiente *vs.* interdependiente de uno mismo.

Individualismo-colectivismo, actitudes y autoconceptos

Según Triandis (1995), los rasgos definitorios del individualismo personal son la competición, el desapego emocional y la distancia hacia los endogrupos. Las conductas están reguladas por las actitudes personales, por cálculos de coste-beneficio y por la aceptación de la confrontación. Además, los objetivos personales tienen primacía sobre los grupales.

El autoconcepto, o la manera en que una persona se ve a sí misma, y el estilo de interacción social serán independientes. Es decir, las personas que muestran un autoconcepto independiente se caracterizarían por ser autónomas y por la búsqueda de recompensas individuales (Singelis, 1994).

Como consecuencia, se socializa a las personas en la autosuficiencia y en la independencia. Es decir, su estatus y los roles que desempeñan no están adscritos, sino que vienen definidos por sus logros. Su interacción con los demás se basa en principios universales y racionales, como igualdad, equidad y no interferencia. Los individuos con objetivos similares participan en sus respectivos grupos. Las personas deben desarrollar buenas capacidades de interacción social, ya que tienen relaciones con muchos y variados grupos. La soledad, la depresión, un menor apoyo social, un mayor estrés, y mayores tasas de divorcio, suicidio y de enfermedades vinculadas al estrés serían los costes del individualismo.

Por su parte, los atributos del colectivismo personal son la integridad familiar y la solidaridad. La conducta está regulada por las normas, se valora la armonía y la jerarquía del endogrupo, los endogrupos se perciben como más homogéneos y se actúa de forma diferente ante personas pertenecientes al endo y al exogrupo. El autoconcepto será interdependiente o relacional, flexible y variable.

Las consecuencias de estas actitudes y autoconcepto interdependientes serán la socialización de las personas en la obediencia y el deber, se valorará el sacrificio por el endogrupo, se focalizará el pensamiento en lo que es común a los miembros del grupo, la conducta reflejará la jerarquía, la orientación personal será la de mantener la apariencia y la buena imagen pública, así como la de dar apoyo social. Una mayor corrupción, dificultades para el crecimiento económico y el tradicionalismo serían los costes del colectivismo (Kagitçibasi, 1997; Triandis, 1995).

Ahora bien, como se puede constatar en el estudio transcultural de Fernández (2001), sobre los constructos individualismo-colectivismo y la imagen de sí independiente e interdependiente, la evidencia empírica es mixta y obliga a matizar muchas de estas afirmaciones. De hecho, las personas socializadas en culturas colectivistas comparten más intensamente atributos independientes, mientras que los individualistas serían menos dependientes del grupo, pero más relacionales (Páez, Fernández, Basabe y Grad, 2002).

Lo que acabamos de exponer es coherente con lo argumentando por Kagitçibasi (1994) y Morales (2000). Así, Kagitçibasi propone una categoría que es una combinación de las orientaciones autónoma y relacional, y la define como coexistencia; es decir, este modelo implica independencia a lo largo de la dimensión material y dependencia en lo que se refiere a lo emocional. Por su parte, Morales postula que, aunque el individualismo y la interdependencia se han mostrado históricamente como dos constructos diametralmente opuestos, ambos pueden ser compatibles.

En general, las naciones individualistas de Norteamérica puntúan más alto que los países asiáticos colectivistas en el constructo de independencia. No obstante, en la investigación de Matsumoto se ha encontrado que los canadienses puntúan más alto que los japoneses en interdependencia y, en esta misma línea, también se ha hallado que los japoneses puntuaban más alto que los estadounidenses en independencia (Matsumoto, 2000).

Un ejemplo de estudio transcultural sobre autoconceptos y actitudes

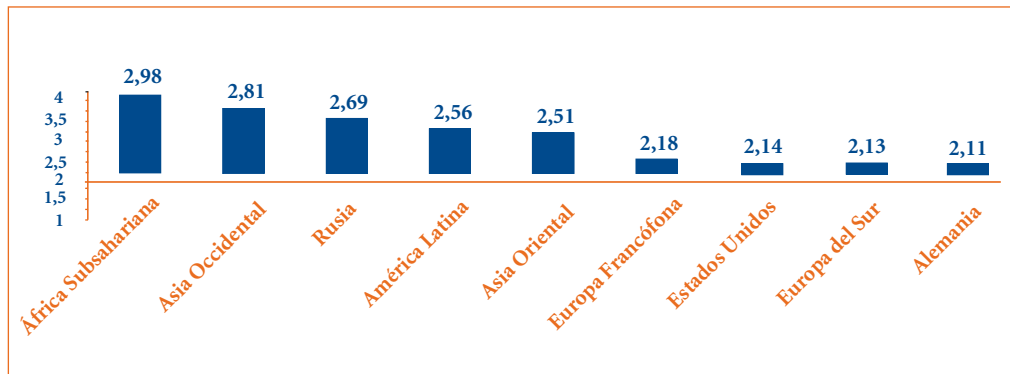
A continuación, presentamos un estudio transcultural realizado por Fernández (2001), en el que se aplicaron versiones reducidas de las escalas de autoconcepto independiente-interdependiente de Singelis (1994) y de actitudes individualistas-colectivistas de Triandis (Morales, López y Vega, 1992, p. 72) a muestras de estudiantes universitarios de Alemania, Argentina, Bélgica, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, China, Estados Unidos, El Líbano, El Salvador, España, Francia, Ghana, Grecia, Guatemala, Irán, Italia, México, Nigeria, Panamá, Perú, Portugal, Rusia, Singapur, Suiza, Taiwán, Turquía y Venezuela. Estos 29 países fueron agrupados en nueve zonas en función de su similitud lingüística, geográfica y cultural (véanse los gráficos 3.1 y 3.2).

El Gráfico 3.1 presenta los datos recogidos por la autora a partir de cuatro ítems del cuestionario de Triandis, en concreto:

- Creo que triunfar es importante tanto en el trabajo como en el juego.
- A la larga, la única persona con la que puedes contar eres tú mismo.
- Triunfar lo es todo.
- El éxito es lo más importante en la vida.

Los participantes en la investigación (N = 5.328) contestaban a los cuatro ítems con una escala de 1 (en desacuerdo) a 4 (de acuerdo).

Gráfico 3.1: *Actitudes de éxito-competición.*



Fuente: Fernández (2001).

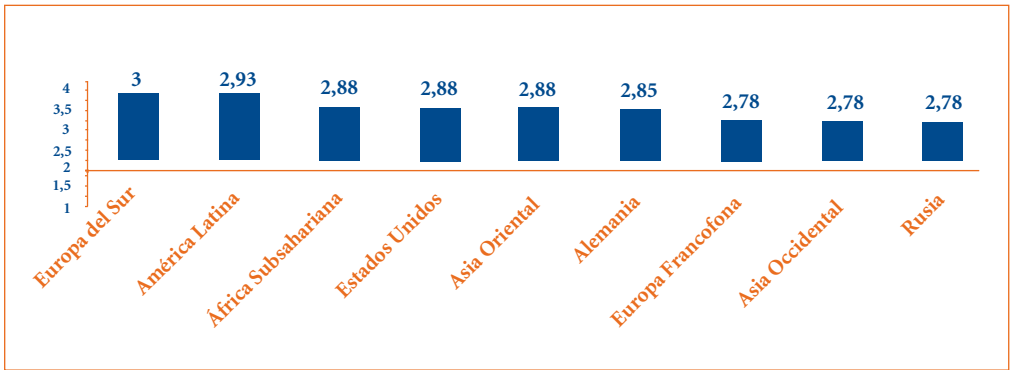
Tal y como podemos observar en el gráfico, las actitudes de éxito-competición se dan en mayor medida en los países con un índice de desarrollo humano más bajo, es decir en contextos con un bajo desarrollo socioeconómico. Mientras que la competición es menor en Europa del Sur y Alemania.

El Gráfico 3.2 presenta los datos recogidos por la misma autora a partir de cuatro ítems del cuestionario de Singelis, en concreto:

- Es importante mantener la armonía grupal.
- Mi felicidad depende de los que están cerca de mí.
- Sacrificaría mis intereses por los del grupo.
- Es importante respetar las decisiones del grupo.

Los mismos participantes en la investigación anterior contestaban a los cuatro ítems con una escala de 1 (en desacuerdo) a 4 (de acuerdo).

Gráfico 3.2: Autoconcepto interdependiente.



Fuente: Fernández (2001).

En el gráfico anterior vemos que el autoconcepto interdependiente es más elevado en Europa del Sur y en América Latina. Ambas zonas muestran puntuaciones elevadas en el indicador cultural de feminidad de Hofstede.

En general, con este estudio se pretendía analizar la relación entre los elementos de las actitudes individualistas y las variables culturales (individualismo-colectivismo, masculinidad-feminidad, distancia jerárquica, evitación de la incertidumbre, índice de desarrollo humano y posmaterialismo), así como las asociaciones entre dichos indicadores contextuales y el autoconcepto interdependiente.

Cuadro 3.16: Asociaciones de las actitudes individualistas y el autoconcepto interdependiente con los indicadores contextuales.

	IDV	MAS	PDI	UAI	IDH	Posmaterialismo
	r	r	r	r	r	r
Actitudes individualistas						
Creo que triunfar es importante tanto en el trabajo como en el juego.	-0,62***	-0,17	0,53***	0,10	-0,63***	-0,55*
A la larga, la única persona con la que puedes contar eres tú mismo.	-0,20	0,06	0,33*	-0,26	-0,44**	-0,17
Triunfar lo es todo.	-0,34*	-0,07	0,50**	-0,02	-0,56***	-0,27
El éxito es lo más importante en la vida.	-0,50**	0,01	0,52***	-0,26	-0,72***	-0,65**
Actitudes de éxito-competición	-0,60***	-0,07	0,61***	-0,04	-0,73***	-0,54*

Continúa

	IDV	MAS	PDI	UAI	IDH	Posmaterialismo
	r	r	r	r	r	r
Autoconcepto interdependiente						
Es importante para mí mantener la armonía dentro de mi grupo.	-0,20	-0,04	0,15	0,23	0,02	0,08
Mi felicidad depende de la felicidad de aquellos que están cerca de mí.	0,04	-0,34*	0,07	0,30	0,12	0,04
Sacrificaría mi propio interés por el beneficio del grupo del cual formo parte.	-0,48**	-0,27	0,05	-0,23	-0,56***	-0,50*
Es importante para mí respetar las decisiones tomadas por el grupo.	-0,34*	-0,17	0,09	0,24	-0,02	-0,11
Autoconcepto interdependiente	-0,24	-0,30	-0,09	0,01	-0,20	-0,28

Correlaciones de Pearson *p<.05; **p <.01; *** p<.001

IDV (Individualismo-colectivismo), MAS (Masculinidad-feminidad), PDI (Alta vs. baja distancia jerárquica), UAI (Alta vs. baja evitación de la incertidumbre (Hofstede, 1991, 2001).

IDH (Índice de Desarrollo Humano de Cordelier y Didiot, 1997), Posmaterialismo (Inglehart, 1998)

Fuente: Fernández (2001)

Las asociaciones entre las actitudes individualistas y las puntuaciones de Hofstede (1991, 2001), Cordelier y Didiot (1997) e Inglehart (1998) son estadísticamente significativas para los indicadores de individualismo, distancia jerárquica, desarrollo humano y posmaterialismo.

Por lo que respecta a las correlaciones entre el autoconcepto interdependiente y los indicadores contextuales, los resultados corroboran que los elementos que guardan relación con el autoconcepto interdependiente definidos por “sacrificaría mi propio interés en beneficio del grupo” y “es importante para mí respetar las decisiones tomadas por el grupo” (véase el Cuadro 3.15) son característicos de las culturas colectivistas. Además, el sacrificio personal por el endogrupo es distintivo de las sociedades con bajo desarrollo socioeconómico y materialistas, mientras que el indicador “mi felicidad depende de la felicidad de aquellos que están cerca de mí” es característico de las culturas femeninas.

En síntesis, son las culturas colectivistas, con alta distancia jerárquica, con un bajo nivel socioeconómico y materialistas las que presentan actitudes de éxito-competición. Estos resultados, y al contrario de lo que cabría esperar, muestran que las actitudes individualistas no son frecuentes de las culturas individualistas, sino que serían más características de las sociedades donde existe escasez de recursos. Además, la importancia de ellos para sobrevivir materialmente va a imponer una mayor competitividad.

Respecto a los indicadores del autoconcepto interdependiente, las naciones cooperativas (femeninas) que plantean la importancia de los objetivos sociales sobre los individuales (colectivistas) van a ser más dependientes de los grupos. Además, estos datos reflejan que, si bien la interdependencia se explica por el colectivismo, como proponían Markus y Kitayama (1994), también estaría descrita por la pertenencia a sociedades igualitarias que enfatizan la cooperación social (Fernández, 2001).

3.8 Conclusiones

La cultura, según la disciplina que la aborde, posee varias acepciones. Así, los psicólogos sociales coinciden en definirla como un conjunto de patrones socialmente adquiridos de pensamiento, sentimiento y acción. Además, cuando se habla de cultura ha de tenerse en cuenta tanto el componente objetivo como el subjetivo.

Se han mostrado diferentes modelos sobre valores que ayudan a entender las diferencias culturales. En concreto, los de Hofstede, Triandis, Schwartz, Fiske, Trompenaars e Inglehart.

El lector también ha podido examinar algunos de los factores más relevantes, ecológicos, socioeconómicos y macro-sociales que se vinculan a la variabilidad cultural en las investigaciones transculturales.

A continuación, se ha dedicado un apartado a las consideraciones sobre el análisis teórico y metodológico de la cultura. Así, hemos de tener en cuenta que no se puede equiparar cultura a nación. Además, la cultura evoluciona y, por lo tanto, no es estática. Por último, se hace mención a los aspectos *emic* y *etic*.

También se ha mostrado el *individualismo* como un concepto complejo. Para ilustrar dicho fenómeno, se ha analizado el individualismo-colectivismo en función de las actitudes individualistas-colectivistas y de la imagen de sí independiente-interdependiente, ya que estos constructos pueden desmitificar ideas preconcebidas sobre las personas pertenecientes a culturas individualistas. Así, los resultados del estudio transcultural llevan a concluir que los habitantes de países individualistas son menos competitivos actitudinalmente que las personas de culturas colectivistas, lo que probablemente se explique por el mayor nivel de recursos socioeconómicos, por la mayor igualdad social característica de las sociedades individualistas y la baja distancia jerárquica, así como por la cultura del posmaterialismo

3.9 Resumen

En el presente capítulo se ha tratado de exponer el análisis de la cultura desde la perspectiva de la Psicología social. Así, en primer lugar, se ha mostrado las diferentes definiciones que se han realizado sobre el concepto cultura, examinando, además, cuáles son los componentes de este constructo. Seguidamente, hemos presentado las dimensiones de valores que definen la cultura. Para ello, nos hemos basado en los modelos de Hofstede, Triandis, Schwartz, Fiske, Trompenaars e Inglehart. A continuación, se ha analizado los factores psicosociales implicados en la variabilidad cultural. Además, hemos abordado cómo deben realizarse las comparaciones culturales. En este sentido, hemos mostrado los resultados de estudios transculturales sobre actitudes y autoconceptos.

Términos de glosario

Análisis pancultural

Autoconcepto

Choque cultural

Cultura subjetiva

Distancia jerárquica

Distinción ético-émico

Estilo comunicativo directo

Estilo comunicativo indirecto

Estrés de aculturación

Evitación de la incertidumbre

Individualismo-colectivismo

Masculinidad-feminidad

Lecturas y otros recursos recomendados

Cuadrado, I. (2006). Psicología Social de los valores humanos. En A. Gómez, E. Gaviria e I. Fernández (Eds.). *Psicología Social* (pp. 585-617). Madrid: Sanz y Torres.

Excelente revisión, desde la perspectiva psicosocial, sobre cómo ha ido evolucionando el estudio de los valores. A lo largo del capítulo se presentan las aplicaciones que tiene el estudio de los valores en diferentes ámbitos. Además, la autora expone investigaciones sobre los valores humanos en el contexto educativo.

Morales, J. F. (2000). Individualismo y Psicología Social. *Revista de Psicología General y Aplicada*, 53, 223-239.

Exposición de la complejidad del individualismo e intento de desmitificar la visión peyorativa que existe sobre este constructo. Se resume las aportaciones de una serie de estudios que, desde diferentes disciplinas, abordan el individualismo, con una especial atención a las aportaciones realizadas desde la Psicología social. Se discute con detalle las implicaciones de la investigación sobre el autoconcepto interdependiente-independiente. Por último, se plantean una serie de sugerencias para futuros trabajos sobre esta cuestión.

Páez, D., Fernández, I., Basabe, N. y Grad, H. (2002). Valores culturales y motivación: creencias de auto-concepto de Singelis, actitudes de competición de Triandis, control emocional e individualismo-colectivismo vertical-horizontal. *Revista Española de Motivación y Emoción*, 3, 169-195. (Nota: esta publicación está disponible en la página de la REME (Revista Electrónica de Motivación y Emoción) <http://www.reme.uji.es>).

Este artículo muestra los resultados del estudio transcultural realizado en 29 naciones y 40 regiones del mundo, con una muestra de 5.328 personas. En dicha investigación se aplicaron, entre otras, las escalas sobre la imagen de sí independiente e interdependiente de Singelis y el cuestionario de los tres factores del equipo de Triandis. Los autores ponen en relación estos indicadores individuales con las puntuaciones de las naciones en individualismo-colectivismo y distancia jerárquica de Hofstede.

Páez, D., Fernández, I., Ubillos, S. y Zubieta, E. (2003) (Eds.). *Psicología Social, Cultura y Educación*. Madrid: Pearson/Prentice-Hall.

En este manual se incluyen, con detalle, parte de los modelos que sirven para estructurar las diferencias culturales. Específicamente, se analizan los antecedentes y consecuencias de las dimensiones postuladas por Hofstede. A lo largo de los 26 capítulos que constituyen la obra, se pueden ir relacionando los diferentes procesos psicosociales y la cultura. Además, se muestran investigaciones transculturales y meta-análisis que permiten analizar con rigor las diferencias culturales, así como ofrecer una visión actualizada de las experiencias interculturales.

Bases ambientales del comportamiento social

Federico Javaloy Mazón y Tomeu Vidal Moranta

Objetivos

- Introducir el concepto de ambiente físico y mostrar su relación con el comportamiento social.
- Exponer las diversas formas en que se ha estudiado el ambiente físico y cómo cada una de ellas moldea y condiciona el comportamiento social.
- Señalar las consecuencias positivas y negativas de la exposición de las personas al ambiente físico.
- Sentar las bases para la comprensión del comportamiento social en el contexto amplio en el que tiene lugar.

4.1 La relevancia del ambiente físico

Es obvio que todo comportamiento sucede en un espacio, lugar, sitio, escenario o cualquier otra forma con que puede denominarse el entorno físico en el que ocurre. De igual modo puede afirmarse que nos comportamos de manera diferente según el lugar en que nos hallamos. Y que cualquier comportamiento conlleva diferentes significados según el sitio donde ocurre. Trasladar esta obviedad a la Psicología social supone destacar la dimensión ambiental de la conducta social, como parte de su objeto de estudio. Comenzaremos con la observación de las relaciones de las bases ambientales con las bases biológicas, culturales y psicológicas o personales.

Ambiente físico y otros factores básicos de la conducta social

Con frecuencia se ha tendido a confundir el énfasis en un factor básico con el enfoque determinista. Así, la penetración de las teorías evolucionistas en Psicología social (Buss, 1998, 1999),

ha sido interpretada asiduamente desde ópticas reduccionistas a partir de la errónea predisposición a convertir en sinónimos la explicación evolucionista, e incluso de cualquier otro tipo biológico, con el determinismo genético; otros han insistido en la idea de que la cultura está “por encima” de cualquier explicación biológica, y también ha habido autores que defienden que se trata de niveles “incompatibles” o “irrelevantes” entre sí (Gaviria, 1999). Igualmente los aspectos biofísicos del comportamiento social que interesan a la psicofisiología social no siempre han sido entendidos desde explicaciones capaces de integrar varios niveles de explicación (Cacciopo y Bernston, 1992). Otro tanto cabría apuntar a la desatención de los aspectos culturales o personales.

La superación de dichos reduccionismos requiere de explicaciones capaces de integrar las distintas bases o dimensiones del comportamiento social. La propia Teoría evolucionista muestra que los mecanismos de la variación y la herencia de determinados aspectos biofísicos y comportamentales, son seleccionados a partir de la interacción con las características del medio en el que se desarrollan los organismos. La adaptación al ambiente de un organismo o especie es siempre la adecuación a unas características variables del ambiente. La función adaptativa es sólo un nivel explicativo, en conexión con el resto de niveles como la evolución filogenética, el desarrollo ontogenético y el contexto inmediato. En esto reside la interrelación entre las bases biológicas y ambientales del comportamiento. La eficacia biológica inclusiva, el altruismo recíproco y la inversión parental son algunos de los principios que han guiado las explicaciones evolucionistas en la sociobiología y la psicología evolucionista, para entender cómo determinados comportamientos son eficaces en un determinado medio (véase el Capítulo 2).

En la explicación de comportamientos agresivos o de conductas de ayuda pueden destacarse aspectos como la disposición espacial del escenario en que ocurre la conducta de ayuda o agresiva, el grado en que uno puede ser visto, aspectos como la temperatura o incluso la presencia de otras personas en el entorno. Pero no hay que olvidar que dichas variables ambientales intervienen de forma simultánea con la diferente disposición genética para la empatía, característica que puede considerarse adaptativa en la conducta prosocial, igual que la predisposición a respuestas agresivas para resolver de manera exitosa situaciones determinadas. Tanto el comportamiento agresivo como el de ayuda se hallan simultáneamente influidos por los diferentes aprendizajes realizados por la persona a lo largo de su vida, a través de la interiorización de diferentes modelos de dichos comportamientos, e inciden en la propia configuración de los rasgos de cada persona y sus repertorios de conducta, los cuales influyen a su vez en el comportamiento habitual. Obviamente dichos comportamientos son sancionados de forma diferente en cada cultura, dado que estas prescriben de diferente manera la ritualización de los comportamientos agresivos y aportan pautas que permiten interpretar una situación de ayuda y actuar en consecuencia.

La interrelación de las bases ambientales, biológicas, culturales y personales puede contemplarse también en los patrones de la conducta territorial o el espacio personal que son objeto de análisis en este capítulo. Personalizamos nuestra casa o el despacho de la oficina, ejemplos de territorios, en los cuales nos sentimos seguros y donde regulamos la interacción con los demás permitiendo la entrada a según quién. Ello, además de tener una función de adaptación al ambiente, refleja las diferentes maneras con que nuestra cultura significa las diferentes señales con las que las personas indican lo que es un territorio privado o no. Otro tanto ocurre con la distancia que mantenemos con los demás (*espacio personal*) y la preferencia por ciertos lugares o apego a un lugar concreto (Altman y Low, 1992; Hidalgo y Hernández, 2001), concepto, éste último, que se refiere al vínculo afectivo con determinados lugares establecido por las personas de forma que tienden a permanecer próximos a ellos.

De nuevo el carácter adaptativo aportado por la seguridad que ofrece un entorno “familiar” —el apego al lugar tiene en las teorías del apego de Bowlby (1969, 1973, 1980) un antecedente biológico evidente— es matizado por las características personales y culturales. Además de los diferentes estilos de apego de cada persona a “sus” lugares, las culturas del arraigo o del vagabundeo como el nomadismo, configuran apegos a un lugar o bien a muchos lugares, respectivamente. Sin ánimo de entrar en más detalles, el apego al lugar, al igual que la incidencia del lugar en diversos aspectos de la identidad (Proshansky, Fabian y Kaminoff, 1983; Valera, 1997; Valera y Pol, 1994), reflejan otro elemento importante de los espacios físicos, su dimensión simbólica, que explica cómo los lugares adquieren significado a través del proceso de apropiación del espacio (Korosec-Serfaty, 1976; Pol, 1996, 2002; Vidal y Pol, 2005).

Factor ambiental y sociedad contemporánea

Puede afirmarse que el ambiente físico genera oportunidades para determinados comportamientos pero también que restringe o limita otros tantos. Consiguientemente, los importantes cambios que están ocurriendo en los entornos contemporáneos ofrecen nuevas oportunidades de acción junto con ciertas restricciones. Para tomar conciencia de ello resulta útil la distinción que recoge Echeverría (1999) de tres tipos de entornos. El primero viene definido por nuestro cuerpo y su adaptación al medio ambiente natural, donde nuestros sentidos y la capacidad para interactuar dependen estrictamente de la distancia, donde nuestro espacio sensorial se halla marcado por el aquí y el ahora, es decir, por la presencialidad. Profundamente imbricado con el primero, el segundo entorno ya no es natural, sino cultural y social, puede denominarse urbano, y es donde se han desarrollado las diversas formas sociales como la familia, la persona, el dinero y otros similares. El tercer entorno está posibilitado por una serie de tecnologías como el teléfono, la radio, la televisión, el dinero electrónico, las redes telemáticas, los multimedia y el hipertexto (Echeverría, 1999). Estas tecnologías permiten salvar las capacidades del cuerpo humano para la interacción limitadas por la distancia en los dos primeros entornos. De igual modo que la aparición del teléfono supuso en su momento poder comunicarse de manera bidireccional, simétrica, interactiva y simultánea entre dos interlocutores situados a distancia, las nuevas tecnologías, y particularmente Internet, contribuyen a lo que algunos han denominado la nueva concepción del espacio y el tiempo caracterizada por que ambos se han comprimido.

Se ha destacado que, debido al impacto de las nuevas tecnologías, el tiempo y el espacio son suplantados por interconexiones que permiten una relación en tiempo real, lo que influye en el predominio de la instantaneidad (Virilio, 1995). En otro sentido se expresa Bauman (2001), quien afirma que, si las distancias ya no significan nada, las localidades separadas por distancias pierden su sentido. Aunque en el tercer entorno tal vez no existen distancias, sí se dan diferencias en la capacidad de su acceso. La accesibilidad a estos “nuevos” espacios telemáticos es un aspecto crucial para la interacción social, además de su doble papel como causa y efecto en la estructuración social. A su vez, las nuevas tecnologías permiten una mayor interdependencia y un mayor futuro compartido, un espacio para la solidaridad. Internet ofrece nuevas oportunidades para la acción social, como lo muestran los movimientos sociales de alcance global, y brinda también nuevas ocasiones para las relaciones interpersonales que van desde el simple contacto hasta la amistad y el matrimonio. El ciberespacio ha producido importantes cambios en las relaciones entre las personas y ha generado nuevas formas de control social que difieren en diversos aspectos, como la proximidad, presencialidad, materialidad, naturalidad, movilidad o localidad (Echeverría, 1999) en comparación con la interacción cara a cara.

Si los importantes cambios en los entornos físicos debido a la aparición de nuevas tecnologías de información y comunicación suponen nuevos retos para la investigación y la explicación psicosocial, otros retos dieron lugar a diferentes intentos de abordar el papel del ambiente físico en la explicación del comportamiento social. Los conceptos de *espacio vital* de Kurt Lewin y *escenarios de conducta* de Roger Barker son dos ejemplos de ello.

El espacio vital y la Teoría del campo

La historia de la Psicología social muestra algunos ejemplos de desarrollos teórico-conceptuales en los que sí se destaca el ambiente físico. Uno de los más notables lo constituye la *Teoría del campo* de Kurt Lewin (1952), quien procuró articular, en el sentido de Doise (1982), lo psicológico y lo sociológico (Blanco, 1988). Una de las acusaciones a la psicología, manifestada por Newcomb (1951) entre otros, era que no había estudiado al organismo dentro de su ambiente, además de olvidar la estructura social, mientras que la sociología no tenía en cuenta lo biológico ni lo psicológico. Aunque no exenta de críticas, la aportación de Lewin ha resultado tremendamente relevante, y de ella queremos destacar su concepto de *espacio vital*.



Kurt Lewin (1890-1947)

El espacio vital se halla constituido por regiones (escenarios de conducta, roles, ocupaciones...) delimitadas por fronteras "fluidas", adjetivadas de esta forma porque permiten diferentes tránsitos entre unas y otras (locomociones), debido a fuerzas inherentes a los propios elementos físicos (escenarios de conductas), sociales (clima del grupo) o personales (necesidades, motivaciones).

Los elementos físicos —Lewin los denominó cuasifísicos— son aquellos hechos físicoambientales que la persona es consciente de su influencia en el comportamiento, mientras que los elementos que denominó cuasisociales son aquellos hechos sociales psicológicamente relevantes para la persona. Estos dos tipos de elementos estructuran momentáneamente el campo psicológico del individuo (Blanco, 1988).

Para Lewin el comportamiento es función de la persona y el ambiente, o $C = f(P, A)$, expresado en su fórmula más conocida. Aunque no es a través de las funciones como mejor se especifica su Teoría del campo, sino con una rama de la geometría que se ocupa de aquellas propiedades básicas de las figuras que permanecen invariantes cuando son sometidas a cualquier deformación. Analizando las dinámicas de grupo, este psicólogo nacido en Prusia trató de contrastar empíricamente su teoría a través de la topología (Lewin, 1936), elaborando modelos de las comunicaciones (*locomociones*) entre las regiones del campo vital.

Dentro del concepto del espacio vital, que no debe confundirse con el espacio personal, como se verá más adelante, destacamos aquí los elementos físicos, o cuasifísicos según Lewin, anteriores a la concepción sociofísica del espacio que tan relevante será en ciertas orientaciones de la psicología ambiental (Altman y Rogoff, 1987; Canter, 1988; Stokols y Altman, 1987). De hecho, en la historiografía de esta disciplina es habitual la mención de Kurt Lewin, así como la del húngaro Egon Brunswick —conocido por sus aportaciones al estudio de la percepción (Brunswick, 1956)— quien, preocupado por la forma en que el entorno físico afecta al comportamiento matizó, a diferencia de Lewin, que este efecto podía ocurrir incluso sin el conocimiento de las personas.

Los escenarios de conducta y la Psicología ecológica

Estos elementos cuasifísicos son fundamentales precisamente para un discípulo de Lewin, Roger Barker, que afirmó que el ambiente impone conductas (Barker, 1968) e introdujo la noción de *escenarios de conductas* (*behavior settings*). Si a Lewin se debe cierta forma de entender la Psicología, calificada en ocasiones como Ecología psicológica, Barker invierte los términos, por lo que sus aportaciones suelen encuadrarse desde la denominada Psicología ecológica (Pol, 1988). En 1947, Roger Barker y Herbert Wright fundaron la *Midwest Psychological Field Station*. Estos dos alumnos de Lewin empezaron un proyecto de investigación a gran escala (Barker y Wright, 1955) en el que estudiaban los escenarios de conducta, entendidos como unidades ecológicas que incluyen conductas humanas cotidianas (Gifford, 1987). Los escenarios de conducta de nuestras vidas cotidianas incluyen tanto las reglas sociales como sus aspectos físicos y espaciales. Barker y Wright trataron de describir las características físicas y sociales de numerosos escenarios de conducta.

Sin entrar en detalle en las distintas concepciones de la interacción entorno-conducta, algunas de las cuales se abordan en los siguientes apartados —estimulación ambiental y estrés ambiental— nos interesa destacar el impacto de las ideas de Barker, cercanas también a enfoques como el de la restricción conductual (Proshansky, Ittelson y Rivlin, 1983; Stokols, 1987), en la medida en que reflejan la restricción y la oportunidad que ofrecen los entornos para diferentes comportamientos.

Que los entornos sean entendidos como escenarios de oportunidades y restricciones es evidente cuando se observan y se analizan sus características físicas o su disposición ambiental. El tamaño y la amplitud de una catedral, conseguida mediante la verticalidad de su espacio, inducen por ejemplo a mirar hacia arriba, lo que unido a sus características acústicas y lumínicas posibilitan la reflexión sobre la existencia o la espiritualidad en sus diversas formas, mucho mejor que un ascensor. Seguramente cualquier estudiante habrá comprobado la dificultad de trabajar en grupo o realizar un seminario en un aula dispuesta para dar conferencias, donde todos deben sentarse en el mismo sentido dirigido a una pared. El espacio es entonces facilitador de recursos, permite determinadas oportunidades en lugar de otras, es capaz de posibilitar determinados comportamientos. Es el caso de los muros que aún hoy día se construyen para segregar poblaciones y reforzar determinados prejuicios, como también lo es el diseño de espacios públicos seguros porque están a la vista de todos y son accesibles a todo los usuarios, con vegetación y orientados hacia el sur para recoger el máximo de luz natural, situados en zonas de paso y con bancos suficientemente próximos para poder sentarse, charlar e interactuar con otros de manera espontánea.

La influencia de Lewin y Barker en psicología ha sido importante, pero la relevancia del ambiente es cuestión capital también en otras disciplinas, las cuales suelen ser agrupadas bajo la etiqueta de *Entorno y Conducta* (Moore, 1987). Entre éstas destacan la Ergonomía, la Arquitectura, la Antropología ambiental, la Sociología ambiental, la Geografía humana y social y la Psicología ambiental. El objeto de esta última es precisamente la interacción entre las personas y los entornos inserta en un contexto social. Esta última razón es la que explica que varios autores (Bonnes y Secchiarioli, 1995; Canter, 1988) hayan defendido el paso desde una Psicología ambiental a una Psicología social ambiental (Pol, Valera y Vidal, 1999). Otra cuestión es cómo ha sido entendida la relación entre el entorno y los comportamientos de las personas, lo que ha dado lugar a diferentes orientaciones teóricas basadas en la estimulación ambiental o modelos del estrés, por mencionar algunas de las principales.

La estimulación ambiental

La relevancia de la dimensión física en el comportamiento social ha sido acotada en Psicología ambiental desde varias perspectivas. Un cierto grupo de teorías han destacado el papel de la estimulación en dicha interacción. Es el caso del enfoque de la activación o *arousal*, donde un ejemplo destacable es la Ley de Yerkes-Dodson que relaciona con una función de U invertida el nivel de activación con el rendimiento, según el tipo de tarea (Berlyne, 1960), y el enfoque de la carga ambiental, entendido principalmente desde el concepto de sobrecarga estimular, cuya incidencia en el estudio de los entornos de ocio tiene un exponente principal en las denominadas experiencias y/o entornos “restauradores” (Hartig, Mang y Evans, 1991; Ulrich, 1983).

Las principales conclusiones de estos enfoques coinciden con la denominada *Teoría del nivel adaptativo de la estimulación ambiental* (Wohlwill, 1974), que describe cómo las personas necesitamos un nivel óptimo de estimulación (sensorial, social y movimiento) que puede variar en intensidad, diversidad y grado de estructuración en su percepción. Pocas personas en unas fiestas del barrio o demasiadas en un camino de montaña con vistas espectaculares, suponen diferentes niveles de estimulación aunque puedan derivar hacia consecuencias similares para quien las experimenta. Los enfoques que destacan el papel de la estimulación ambiental son relevantes en la comprensión de la relación entre los factores ambientales y la conducta social. Así se destaca en este capítulo con respecto a la influencia de la temperatura, el ruido o la contaminación entre otros aspectos.

Si la excesiva o no deseada estimulación ambiental puede llevarnos a determinada activación (*arousal*) o presión sobre nuestra capacidad de procesar información (*sobrecarga*), una posible consecuencia es la pérdida de control percibido sobre la situación. Imaginemos el caso de que se averiase el tren en el que viajamos y no nos dieran ningún tipo de explicación sobre lo que ocurre y lo que pudiera tardar en restablecerse el servicio, ni se nos informase o, incluso, que no se supiera nada acerca de lo sucedido. La pérdida del control percibido es el primer paso del modelo de restricción conductual de la estimulación ambiental (Proshansky, Ittelson y Rivlin, 1983; Stokols, 1979), en el que además del control psicológico se destacan aquellos aspectos del entorno físico que pueden limitar o interferir en lo que queremos hacer (estar parados en la vía del tren y sin poder salir). Entre los principales efectos estudiados sobre lo que ocurre en tal situación, cabe destacar la *Teoría de la reactancia psicológica* (Brehm, 1966), según la cual, si percibimos que nuestra libertad de acción está siendo restringida, trataremos de recuperarla en la medida que nos sea posible, como cuando la tormenta nos agua la fiesta que teníamos prevista al aire libre y decidimos hacerla dentro de casa.

El estrés ambiental

En el *estrés ambiental* se destaca la dimensión fisiológica, inicialmente propuesta por Selye (1956), y los componentes conductual y emocional propuestos por Lazarus (1966) para explicar la incidencia de los factores ambientales en el comportamiento. En la vida cotidiana es habitual referirse al estrés como la consecuencia en nuestro organismo de determinadas “presiones”, de ahí que digamos estar “estresados”. Incluso somos capaces de calificar algunos aspectos o elementos de nuestros entornos como “estresantes”. Desde un punto de vista teórico y científico, el estrés remite a toda la situación que va desde el estímulo o factor “estresor” hasta la respuesta o reacción causada por el entorno. Lazarus y Cohen (1977) describieron tres categorías generales de entornos capaces de generar estrés: los cataclismos, como desastres

naturales, la guerra, el fuego o un accidente nuclear; los de carácter personal, como la muerte de un ser querido, y los denominados “de fondo” por su carácter gradual, crónicos o casi rutinarios. Es entre estos últimos donde se sitúan los denominados “estresores” ambientales como la contaminación atmosférica, el ruido, el hacinamiento residencial, el tráfico u otras fuentes de estimulación nocivas y que demandan nuestra adaptación. Tanto si conseguimos adaptarnos, como si no, a los diferentes factores causantes de estrés, nuestro organismo debe hacer frente a ellos, lo que puede conllevar diferentes costes en la salud. Algunos de estos factores son analizados en el penúltimo apartado del capítulo.

Los cuarenta grados centígrados a la sombra en un verano de Sevilla no afecta de igual modo a un amable visitante que vive en Helsinki todo el año que a un hispalense que vive allí desde que nació. Ni lo mismo será, para este último, si está trabajando o es el asueto su única preocupación. La apreciación cognitiva de la situación constituye el primer paso en la respuesta de estrés. La apreciación final como amenaza depende de factores de carácter individual (recursos psicológicos, motivación, conocimientos...) y aspectos cognitivos de la situación específica (control sobre los estímulos, predictibilidad, inmediatez) (Lazarus, 1966). En la valoración de la situación suele distinguirse una valoración primaria, centrada en la estimación del grado de amenaza, y una secundaria, donde se valoran las estrategias para afrontar la situación.

Más centrado en la dimensión fisiológica, el Síndrome de adaptación general con que Selye (1956) caracterizó el estrés se compone de tres estadios: reacción de alarma, resistencia y agotamiento. La fase de alarma activa nuestro organismo de manera inmediata. En la fase de resistencia el sistema nervioso autónomo cede algo de su protagonismo anterior, procesos cognitivos inciden en las estrategias para afrontar la situación (ataque verbal o físico, huida, algún tipo de compromiso) acompañados de las emociones (miedo, enfado...). Si el resultado tiene éxito se consigue la adaptación, con diversos costes añadidos (disminuye la resistencia al estrés, decrece el rendimiento, baja la tolerancia a la frustración y desórdenes psicosomáticos). En caso de no restaurarse el equilibrio, aparecen signos de agotamiento.

La relación entre el entorno físico y el comportamiento

Un modelo que resume y trata de integrar los enfoques anteriores es el aportado por Bell, Fisher, Baum y Greene (1996). Según estos autores, las condiciones físicas del entorno, conjuntamente con las diferencias individuales (por ejemplo, en los niveles de activación, de adaptación y otros por el estilo), factores situacionales (por ejemplo, el control sobre los estímulos), condiciones sociales (por ejemplo, el apoyo social) y factores culturales (por ejemplo, el diseño del entorno) inciden, todos estos factores, en la percepción del entorno.

Dicha percepción puede conformarse dentro de un rango óptimo de estimulación, lo que genera una situación equilibrada (*homeostasis*), o bien puede darse fuera de dicho rango (sobrestimulación, infraestimulación, restricción conductual...) y provoca, entonces, la consiguiente activación y/o estrés y/o sobrecarga y/o reactancia. En este punto, las estrategias para afrontar la interacción con el entorno pueden tener éxito, lo que conduce a la adaptación, con sus posibles efectos secundarios y acumulativos. En caso negativo, puede acentuarse el estrés y/o la activación hasta el punto extremo de inhabilitar la capacidad para afrontar la situación. En tal caso, los efectos secundarios y acumulativos pueden conducir a la indefensión aprendida y otros déficits de rendimiento.

Evidentemente cualquier enfoque teórico se encuadra dentro de una determinada visión en la manera de entender la relación entre las personas y los entornos. Una cuestión que alude a la distinción metaparadigmática destacada por Altman y Rogoff (1987) en sus cuatro visiones del mundo en Psicología —individualista, interaccionista, organísmica o sistémica y transaccional— en la forma de entender los diferentes procesos que dan cuenta de la interacción persona-entorno.

Una vez reflejada la relevancia del entorno físico en el comportamiento, nos queda por precisar algunos de los desarrollos teórico-conceptuales que pretenden dar cuenta de estos procesos de interacción a los que aludimos. Más concretamente nos referimos a continuación a la *territorialidad* y al *espacio personal*, a los que dedicamos los apartados siguientes. La territorialidad y el espacio personal son dos formas o mecanismos ambientales para regular la privacidad, cuestión que tiene que ver precisamente con la regulación de la interacción social.

4.2 Territorialidad

Es bastante probable que la palabra territorio induzca al lector hacia ciertas nociones como la defensa, la invasión y la demarcación de un espacio, entrelazadas tal vez a través de una imagen del mundo animal, en una escena protagonizada por algún espécimen depredador. Veremos que algunas de estas ideas concurren en el concepto de conducta territorial, pero también incidiremos en otros aspectos que nos permitan especificar la territorialidad “animal” de la especie humana, eminentemente simbólica. Permitimos la entrada a nuestra casa a determinadas personas, mientras que evitamos la interacción con otras. Nuestra chaqueta colgada en el respaldo de la silla de la biblioteca indica, durante nuestra ausencia, que ésta es “nuestra” silla en ese momento. Como ya se ha indicado, la territorialidad es un mecanismo con que los seres humanos podemos regular la interacción con los demás. Invitamos a entrar, indicamos a los demás que no ocupen “nuestro” espacio..., dicha regulación de la interacción social tiene que ver con la privacidad. Nos detendremos primero en qué es la *privacidad* para luego abordar la *territorialidad*.

Privacidad

Una aproximación inicial a la *privacidad* la hallamos al observar nuestro comportamiento cotidiano. En ocasiones deseamos estar solos, incluso podemos expresar que no nos molesten, bien porque debemos concentrarnos en la preparación de algún trabajo importante o simplemente para pensar en nuestras cosas. Deseamos privacidad. Igualmente no es de nuestro agrado que ciertas personas sepan ciertas cosas de nosotros. Nos sentimos celosos de nuestra privacidad. Estas son dos de las principales acepciones con que suele aludirse a la privacidad (Newell, 1995) y que remiten tanto al contacto con los demás como a la regulación de la información de nuestra persona. Necesitamos de un espacio privado de igual manera que un espacio público. La metáfora teatral, tan relevante en el enfoque dramaturgico de Erwin Goffman (1976), permite comprender mejor dicha relación. El escenario donde se presenta la obra al público requiere del espacio entre bastidores, sólo visible a unos pocos. La relación entre las esferas pública y privada de nuestro comportamiento son las dos caras de una misma moneda.

Una de las definiciones más aceptadas en relación con la privacidad es la del psicólogo social y ambiental Irwin Altman (1975, p. 18) quien la define como “el control selectivo del acceso a uno mismo o al grupo al que uno pertenece”. En esta definición, el término *control* recoge el sentido de las dos acepciones aludidas anteriormente. Por un lado, se trata de regular la interacción social, con quién deseamos interactuar y en qué grado. Por otro, está el control

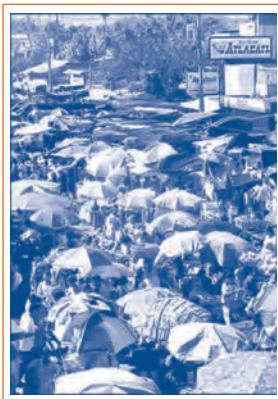
de la información que ofrecemos a los demás, qué aspectos de nosotros son conocidos por los demás en una interacción. Estos dos aspectos se hallan estrechamente vinculados con algunas dimensiones clásicas de la privacidad (Westin, 1967; Pedersen, 1979, 1982, 1997) como son la soledad, el aislamiento, el anonimato, la reserva y la intimidad.

Hallarse solo, donde el resto no pueda acceder a lo que hacemos o decimos (*soledad*), como encerrarse en una sala de estudio anexa mientras el resto de gente está en la biblioteca, y alejarse de los demás, para estar solo (*aislamiento*) son dos dimensiones de la privacidad relacionadas con el control de la interacción social. La capacidad de controlar la información de manera selectiva en una situación interactiva se halla relacionada con el hecho de estar en una situación social, pero sin permitir ser identificado (*anonimato*) y con el poder controlar informaciones de carácter personal, sobre todo cuando interactuamos con extraños (*reserva*). Por otra parte, la intimidad, con la familia o con los amigos (Pedersen, 1979, 1982, 1997), incluye los dos aspectos (*interacción e información*), ya que con ambos tipos de intimidad se pretende reducir el flujo de información y el contacto con el exogrupo e incrementar la interacción y la información endogrupal.

Hacinamiento y/o aislamiento social

Para Altman (1975) la privacidad es un proceso dialéctico entre la privacidad deseada y la obtenida. Como apunta Gifford (1987), este proceso de control o regulación de límites, en que consiste la privacidad, pretende un objetivo último: alcanzar un nivel óptimo de acceso a uno mismo. Se trata de poder estar solo o en compañía cuando y como uno lo necesite y/o lo desee. ¿Qué ocurre cuando queremos más interacción social de la que estamos teniendo? ¿Cuándo desearíamos compartir nuestros intereses con otros? El aislamiento social ocurre cuando la privacidad obtenida es mayor que la deseada. ¿Y qué ocurre a la inversa, cuando queremos menos interacción social de la que estamos teniendo? ¿Cuándo desearíamos no tener que dar tanta información sobre nosotros? En el caso en que la privacidad obtenida es menor que la deseada podemos percibir cierta sensación de invasión de nuestro “territorio”, de nuestro “espacio personal”, de nuestro “espacio vital”, podemos vivir una experiencia de *hacinamiento*.

El *hacinamiento* no es lo mismo que la superpoblación ni que la muchedumbre. La investigación psicosocial de estas cuestiones se ha desarrollado desde el interés por la experiencia individual de la densidad de población, hasta como fenómeno colectivo, con atención a la formación de las masas, su estructura y sus dinámicas, tanto desde orientaciones individualistas, como grupales (Javaloy, 2003). El hacinamiento no es exactamente lo mismo que la densidad (Stokols, 1972). Los aspectos físicos o espaciales de la situación en sentido estricto remiten a la densidad.



El hacinamiento se refiere a la experiencia psicológica fruto del desequilibrio entre la excedente demanda de espacio de la persona y el insuficientemente disponible.

Según atribuyamos las causas de esta “densidad percibida”, las consecuencias del comportamiento pueden ser distintas.

Cuando el desequilibrio se atribuye al excesivo número de personas que hay en un espacio determinado (densidad social), nuestra reacción puede dirigirse a las personas (por ejemplo, decidimos no dejarlas entrar o dirigimos hacia ellas nuestras emociones). En cambio, si atribuimos la incomodidad al escaso espacio disponible para cada persona (densidad espacial), eso nos puede llevar a quejarnos de los responsables de su diseño o simplemente a compartir el “aprieto” con los demás experimentando la emoción de otra forma.

Los efectos de la densidad en el comportamiento social han sido relacionados desde hace tiempo con estudios sobre la agresividad (Aiello, Nicosia y Thompson, 1979; Loo, 1972), donde también intervienen variables como la competencia por los recursos (Rohe y Patterson, 1974). Pero la densidad se ha analizado asimismo con respecto al comportamiento prosocial (Jorgenson y Dukes, 1976), la atracción (Baron y Bell, 1976a; Worchel y Teddlie, 1976) y el rendimiento de tareas (Evans, 1979; Knowles, 1983).

La búsqueda del equilibrio óptimo entre la privacidad deseada y obtenida, entre cuyas consecuencias hemos incluido el aislamiento social y el hacinamiento, se consigue a través de múltiples mecanismos que incluyen aspectos sociales, culturales, personales y ambientales. Esta multiinstrumentalidad puede concretarse en cuatro tipos de mecanismos: verbales, no verbales, ambientales y socioculturales (Gifford, 1987; Valera y Vidal, 2000):

- Somos capaces de manifestar la discrepancia entre la privacidad deseada y obtenida a través de la entonación, el ritmo y otros aspectos que acompañan al propio contenido verbal (*mecanismos verbales*).
- Por medio de nuestro contacto visual, la expresión facial o los gestos que realizamos somos capaces de expresar esa discrepancia (*mecanismos no verbales*).
- Nuestra forma de vestir y de adornar nuestra presencia indica más o menos privacidad en cada situación, de igual modo que la distancia interpersonal mantenida durante la interacción o la demarcación, y hasta la defensa, de determinados entornos físicos, lo que es un ejemplo de comportamiento territorial (*mecanismos ambientales*).
- Los tres medios anteriores de regular la privacidad se hallan influidos por los aspectos *socioculturales*, lo que incluye las normas sociales y los modos culturales aprendidos y que conforman la regulación de la interacción con los demás.

Territorialidad animal y humana

En los orígenes del abordaje científico de la *territorialidad* se hallan las aportaciones de la Etología, fundamentalmente a partir de la Teoría de la evolución (Lorenz, 1966; Wilson, 1975; Wynne-Edwards, 1962), además de la disputa entre su carácter instintivo o aprendido culturalmente, para considerarse finalmente la interacción de ambas nociones (Brown, 1987; Taylor, 1988). Véase, para una descripción más detallada, el Capítulo 2 sobre “Los procesos psicosociales desde la perspectiva evolucionista” en este mismo volumen.

Otra cuestión vinculada con el origen y el desarrollo teórico de la territorialidad es la peculiaridad de la territorialidad humana en comparación con la del resto de animales. A diferencia de los demás animales, los seres humanos disponen de un gran número de roles sociales para gestionar la territorialidad, fruto de la mayor complejidad del agrupamiento territorial y social de los humanos. Otra diferencia consiste en la manera de señalar los límites de los territorios, mediante indicadores físicos como la orina o secreciones entre los animales no humanos, mientras que la principal peculiaridad de los indicadores humanos es su carácter altamente simbólico, algo que guarda relación, al menos en parte, con una menor rigidez y predictibilidad de la respuesta ante la invasión del territorio entre los humanos que entre los demás animales. Es habitual, por último, que en la territorialidad en otras especies la agresión ocurra entre individuos y que incluya la ocupación del territorio, mientras que en los seres humanos la agresión es con frecuencia entre grupos e incluye tanto el espacio físico como ideológico (Altman, 1975).

Esta última diferencia refleja la importancia de la dimensión simbólica en la territorialidad humana, que explica algo a primera vista paradójico, en concreto, que hechos similares se

definan de forma diferente. Así, los periódicos occidentales hablan de la “invasión” de Afganistán por parte de la antigua Unión Soviética, pero utilizan la expresión “acto patriótico” para referirse a la intervención en Irak de los Estados Unidos de Norteamérica, realizada a principios de los 90 (véanse Veitch y Arkelin, 1995). Como conclusión a las diferencias señaladas, conviene añadir que la territorialidad humana se halla influida por factores personales (edad, género, rasgos de personalidad), situacionales y culturales (Gifford, 1987), lo que debe ser tenido en cuenta tanto en su estudio como en su acotación conceptual.

En el lenguaje cotidiano la territorialidad se halla asociada con frecuencia a interpretaciones negativas, génesis de conflictos y agresión, cuando en realidad, una de las funciones de la territorialidad es precisamente evitar y regular la agresión (McAndrew, 1993). Popularizado por la famosa obra de Robert Ardrey, *The Territorial Imperative*, publicada en 1966, ha sido objeto de múltiples definiciones (Becker, 1973; Brown, 1987; Pastalan, 1970; Taylor, 1988). Para Irwin Altman (1970, 1975) la territorialidad es un patrón de conducta asociado con la posesión o la ocupación de un lugar o área geográfica por parte de un individuo o grupo, lo que implica su personalización y la defensa contra invasiones. La acotación de Altman recoge los tres elementos de consenso que suelen aparecer entre las principales definiciones sobre ésta:

- La defensa.
- Una conducta relacionada con un lugar.
- La idea de control, por parte de una persona o un grupo, ejercido sobre dicho espacio.

Con intención de abarcar más aspectos que los aportados por Altman, Robert Gifford (1987, p. 137) define la territorialidad como “un patrón de conductas y actitudes sostenido por una persona o grupo, basado en la idea de control, percibido, intencional o real de un espacio físico definible, objeto o idea y que puede conllevar la ocupación habitual, la defensa, la personalización y la señalización de éste”.

Tipos de territorios

Como puede apreciarse en esta última definición, además de un espacio físico definible —idea recurrente en todas las definiciones— se afirma que un territorio puede incluso ser un objeto o una idea. Gifford (1987) hace notar, como también recogía Altman (1975), que los objetos son también marcados, personalizados, defendidos y controlados (por ejemplo, la denominada “customización” de motos o el llamado “tunning” en el caso de coches) así como las ideas a través de las patentes y los derechos de autor. Aunque objetos e ideas no se consideren habitualmente como territorios, debe reconocerse el carácter genuinamente humano de estos tipos de territorios, puesto que también implican procesos cognitivos, afectivos y simbólicos en su control.

La sola consideración del espacio físico en la acotación de la territorialidad constituye la visión más consensuada en la investigación científica sobre este asunto. Esta visión mayoritaria se vincula también con la tipología más habitual de lo que se consideran territorios. Según la clásica tipología propuesta por Altman (1975; Altman y Chemers, 1980), basada en el criterio del grado de centralidad o controlabilidad y duración temporal permitida por cada tipo, los territorios se clasifican en tres tipos: primarios, secundarios y públicos.

Territorios primarios

Se caracterizan porque el control ejercido por sus usuarios (personas o grupos) es bastante permanente y exclusivo, es decir, sin tener que compartirlo con otros usuarios. Se trata de espacios con suficiente importancia psicológica para sus ocupantes, por lo que se consideran centrales, percibidos como algo propio y su invasión es una cuestión grave. La propia vivienda

en la que uno vive, incluso la propia habitación o el despacho en el que se trabaja, son ejemplos de territorios primarios, que se consideran una extensión de la propia identidad, puesto que además de las señales que comunican claramente los límites del territorio (placas con el nombre, puertas, y otras), se suelen personalizar con marcas que expresan la propia identidad, los valores y las actitudes propias (McAndrew, 1993; Veitch y Arkelin, 1995).

Territorios secundarios

Tienen una significación menor para sus ocupantes. En ellos el control ejercido por sus usuarios es menos permanente y exclusivo, y suele suceder que se tenga que variar o compartir su uso (Bell, Fisher, Baum y Greene, 1996; Gifford, 1987). La respuesta ante su invasión sólo ocurre cuando el individuo o grupo que lo defiende es su legítimo ocupante. El aula a la que asistimos para en asignatura durante el curso, la silla en la que habitualmente nos sentamos en el aula, el restaurante favorito, el estadio deportivo de nuestro equipo local son ejemplos de territorios secundarios, territorios que no se perciben tan propios como los primarios. A sus ocupantes los consideran los demás unos ocupantes más de los determinados usuarios con derecho a su uso. También pueden ser personalizados, aunque sólo hasta cierto punto, y durante el periodo en que dura su legítima ocupación.

Territorios públicos

Trenes, superficies comerciales, grandes almacenes, hoteles y similares son ejemplos de territorios públicos. Se trata de áreas abiertas a todos aquellos usuarios bien considerados por la comunidad, quienes tienen el mismo derecho a ocuparlos excepto cuando se indica lo contrario, bien por alguna razón discriminatoria o por alguna conducta inaceptable. Bares nocturnos y discotecas, por ejemplo, son territorios públicos abiertos en principio a todos aquellos usuarios que sean mayores de una determinada edad. A diferencia de los territorios primarios, habitualmente vedados a los desconocidos, los territorios públicos se hallan abiertos a extraños que no estén específicamente excluidos, como por ejemplo los menores de edad en el caso de un casino. Los demás perciben a los ocupantes de un territorio público como unos ocupantes más de los numerosos usuarios posibles. La personalización de los territorios públicos es poco habitual y en cualquier caso muy temporal (por ejemplo, *graffitis*, *tags* u otros tipos de señales similares, “firmados” en los vagones de un tren). Menos probable es aún su defensa por parte de sus usuarios ante una invasión.

La invasión del territorio

Una de las diferencias apuntadas en cada tipo de territorio es la distinta respuesta por parte de sus usuarios ante su invasión en cada caso. A veces, esta respuesta es anterior a la invasión, mediante la señalización de los límites del territorio o bien como reacción a la intrusión (Knapp, 1978). Una característica importante de la territorialidad es precisamente la forma de invadir los diferentes tipos de territorios, lo que también ha sido objeto de investigación (Lyman y Scott, 1967).

- La invasión del territorio más obvia consiste en entrar físicamente en éste con la intención de arrebatar a su principal ocupante su control.
- Cuando la finalidad de control no es tan directa y el carácter de la incursión es más temporal, se habla de *violación* del territorio; ésta puede ser fruto de la ignorancia, como entrar en el lavabo equivocado, o deliberada (vandalismo, hurtos, robos): no es necesario que dicha

violación suponga entrar físicamente en el territorio (por ejemplo, también son violaciones subir el volumen de la radio, propagar un virus informático, entre otros).

- Otra infracción territorial consiste en contaminar el territorio de alguien, lo que en ocasiones provoca males mayores (por ejemplo, depositar residuos en un lugar no adecuado con la posible filtración de sustancias nocivas a las aguas subterráneas de las que se nutren sus residentes o dejar destrozada la habitación de invitados en la que alguien se ha hospedado).

Las respuestas ante la invasión territorial varían en función de su significado y los tipos de respuesta disponibles en cada situación (Altman, 1975). Quién invade, el motivo, el tipo de territorio invadido, la duración de la intrusión, la posibilidad de territorios alternativos y la forma de efectuar la intrusión son otros factores que modulan la respuesta (Knapp, 1978).

Funciones de la territorialidad

Que la territorialidad es un mecanismo para regular la privacidad, esto es, el control del acceso a uno mismo o al grupo al que uno pertenece, se comprende de manera más concreta cuando se especifica para qué sirve la territorialidad. Una forma de agrupar los diferentes aspectos relacionados con la territorialidad humana es en torno a dos funciones principales y estrechamente relacionadas: la organización social y la identidad (Bell, Fisher, Baum y Greene, 1996; Valera y Vidal, 2000).

La territorialidad permite regular la interacción y la *organización social* a partir del control del territorio (Edney, 1972, 1975), entendido como la prioridad en su acceso, la elección de los tipos de actividades que pueden desarrollarse en él y la capacidad de resistir al control de otras personas. Dicho control derivado de la territorialidad incide en la construcción de los roles sociales, los cuales se clarifican a través del diferente uso de los territorios (McAndrew, 1993). Por ejemplo, los diferentes lugares en que se sientan a la mesa los miembros de una familia, los espacios que ocupan los diferentes usuarios de una oficina o los sitios en los que se sientan alumnos y profesores en el aula son formas de regular la interacción. Estos ejemplos también muestran el grado en que la territorialidad colabora en la organización de las actividades cotidianas y el funcionamiento de la vida diaria (Altman, Nelson y Lett, 1972); puede pensarse, por ejemplo, en qué ocurriría si tuviéramos que decidir en qué sitio nos sentamos en cada comida. Otra de las funciones vinculadas con la interacción y la organización social es la regulación de la agresión. Diversas investigaciones han mostrado la importancia del establecimiento de señales claras de territorialidad —marcas más o menos personales que indican los límites del territorio—, en la previsión de posibles invasiones y la reducción de hostilidades y la facilitación de la armonía en las relaciones personales (Newman, 1972; Sommer, 1969).

Uno de los aspectos de la territorialidad relacionado con la función de comunicar y gestionar el sentido de identidad personal y social es la personalización de los territorios, como ya se ha mencionado. Si la señalización del territorio remite a “marcar” con señales claras los límites del territorio (por ejemplo, nuestro asiento en el cine), con la personalización se destaca la forma de distinguirse de los demás a través de la decoración, habitualmente en los territorios primarios y algo menos en los secundarios, fundamentalmente por su relativa permanencia a lo largo del tiempo (Gifford, 1987). El sentido de identidad social puede surgir, entre otros factores, del hecho de compartir un mismo lugar, gracias a los vínculos sociales establecidos a través del lugar y hacia el propio lugar (Valera, 1997; Valera y Pol, 1994; Vidal y Pol, 2005). La personalización del territorio es una forma de comunicar a los demás el sentido de identidad (McAndrew, 1993).

Para Brown (1987), la personalización del territorio incrementa los sentimientos de apego a este y favorece las impresiones de la propia identidad en los demás, incluso puede aumentar el contacto

con los demás (Oxley, Haggard, Werner y Altman, 1986; Brown y Werner, 1985). La personalización igual que la señalización, la ocupación y la defensa del territorio, como principales patrones asociados a la conducta territorial, conforma el proceso de apropiación del espacio (Pol, 1996, 2002). Este proceso, como ha subrayado Korosec (1976), permite comprender cómo los espacios se convierten en lugares con significado para las personas y los grupos, además de otros aspectos relacionados con la identidad de lugar (Proshansky, Fabian y Kaminoff, 1983; Valera, 1997; Valera y Pol, 1994) y el apego al lugar (Altman y cols., 1992; Hidalgo y Hernández, 2001, 2002).

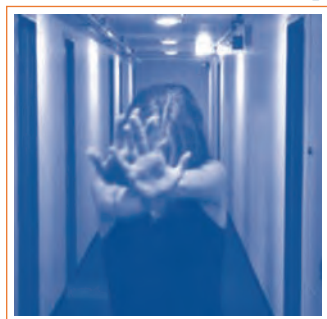
En este apartado hemos visto cómo la territorialidad remite a un espacio físico cuyo objeto es su control, percibido intencional o real, por parte de sus usuarios mediante su ocupación, defensa, señalización y personalización. Veamos ahora otro tipo de espacio que no es fijo ni es personalizado ni señalizado, pero aunque parezca invisible, es otro potente mecanismo para regular la privacidad y, en suma, la interacción con los demás. Nos referimos al espacio personal, a ese espacio móvil que nos envuelve y acompaña continuamente, como una metafórica burbuja en la cual estamos insertos y que se observa a partir de la distancia que mantenemos con los demás al interactuar.

4.3 Espacio personal y conducta social

Es cierto que nos encontramos a gusto cuando estamos con otros, pero también constituye una evidencia que intentamos guardar distancias con los demás. Tanto cuando subimos a un autobús o un tren como al asistir a un espectáculo, acostumbramos a dejar vacío el asiento de al lado y ello no es más que un ejemplo de una tendencia general a preservar un espacio libre alrededor de nuestro cuerpo. Se trata de una norma no explícitamente reconocida, pero importante y firmemente implantada en nuestra sociedad.

Si desea verificar esta norma, haga una prueba muy sencilla. Márchese a un parque público, siéntese en un banco junto a alguna persona y pruebe a acercarse un poco más. No le extrañará que el otro reaccione con signos de incomodidad o tal vez se marche porque usted está violando su espacio personal. Lo que es improbable es que el otro proteste abiertamente: “¡no se acerque usted tanto!”. Al no ser explícita la norma de guardar distancias, quien la reivindique corre el peligro de quedar en ridículo delante de quien la niegue.

La influencia del espacio en nosotros resulta intrigante. El antropólogo Edward Hall (1959) se refirió a un paralelismo entre nuestra conducta espacial y nuestra conducta sexual. El espacio, como el sexo, es un tema notablemente personal e íntimo y que “aunque está ahí, no hablamos de él”. Incluso puede afirmarse que las personas no parecen ser conscientes de ello, puesto que si nos piden que reproduzcamos la distancia de interacción entre dos personas que han conversado antes en nuestra presencia, probablemente tendremos problema en recordarlo.



Se ha definido el espacio personal como “el área que los individuos mantienen alrededor de sí mismos en la que los otros no pueden irrumpir sin provocar incomodidad” (Hayduk, 1983). Se trata, pues, de una distancia que establecemos entre nosotros y los demás. Cuando nuestro espacio personal resulta violado, solemos intentar restaurar el espacio adecuado (Sommer, 1969), a fin de reducir la intimidad de interacción.

Existe un gran número de estudios experimentales que demuestran la reacción negativa de las personas cuando alguien (por lo general, un colaborador del experimentador)

invade el espacio personal ajeno. Los resultados coinciden, aunque se ha variado de forma sistemática los escenarios de los experimentos: bibliotecas y otros lugares públicos, escaleras automáticas de establecimientos, aceras de la calle e incluso lavabos de uso público (Sommer, 1969; Smith y Knowles, 1978; Middlemist y cols., 1976).

Felipe y Sommer (1966) observaron la forma de reaccionar de los estudiantes cuando un extraño irrumpía en su espacio personal al sentarse demasiado cerca de ellos. El experimento lo realizaron en una biblioteca universitaria en la que había una joven estudiando en una larga mesa con once asientos vacíos. Un colaborador del experimentador llegaba a la biblioteca, se dirigía a la mesa y ocupaba el asiento contiguo al de la joven, luego acercaba la silla un poco más. Al repetir la experiencia con diversas “víctimas”, se apreciaban los efectos negativos derivados de la invasión del espacio. Ante la cercanía no deseada, unas encogían su cuerpo, estrechaban la cabeza entre las manos y se giraban hacia el otro lado para no mirar al extraño, colocando los libros y el bolso en medio para resaltar la separación. Otras apartaban sus sillas a fin de establecer la distancia adecuada o abandonaban el lugar. De hecho, a la media hora de iniciada la invasión, la mayoría de las jóvenes se había marchado.

Las investigaciones han evidenciado que la violación del espacio personal genera una activación fisiológica o tensión que puede traducirse en incremento del ritmo cardíaco, respiración e incluso sudoración (Aiello y cols., 1975; Evans, 1978). Uno de los más conocidos estudios que lo han atestiguado fue el conducido por Middlemist y cols. (1976) en un lavabo de hombres. Cuando un cómplice del experimentador hacía uso del urinario más cercano al utilizado por otro sujeto, se comprobó que éste último tardaba más en iniciar la micción y acababa en menos tiempo que en la situación en que el cómplice guardaba una mayor distancia. Ello se interpretó como resultado de la tensión producida por la cercanía física. Las implicaciones éticas del estudio citado han sido ampliamente discutidas.

Variaciones del espacio personal

Hall concibió el *espacio personal* como una burbuja que rodeaba invisiblemente al individuo, una especie de esfera protectora que lo acompañaba a todas partes. No hay que exagerar esta metáfora porque sería ridículo tener la imagen de un mundo social en el que la gente navega, a través del medio ambiente, bien instalada en una burbuja espacial de carácter fijo y estable. Muy al contrario, el tamaño y la forma del espacio personal varía en consonancia con una amplia gama de circunstancias. Aunque Hall había sugerido un círculo, diversos estudios apuntan que las distancias frontales son a menudo ligeramente más amplias que las distancias de detrás, habiéndose propuesto modelos más complejos de espacio personal, como el diagrama tridimensional de Hayduk (1978).

Entre los factores que se ha comprobado que influyen en el tamaño del espacio personal sobresalen los siguientes: características personales, tipo de relación social y de situación, y cultura a la que se pertenece. Hagamos referencia a algunos de estos aspectos.

Características personales

Tanto la edad y el sexo como ciertas peculiaridades de algunas personas se hallan relacionadas con la distancia interpersonal, como han hecho constar los trabajos de revisión de Hayduk (1978 y 1983).

El espacio personal del niño es menor que el del adulto, por lo que los niños están acostumbrados a interaccionar más cerca. A medida que los niños van creciendo, se va incrementando la

distancia interpersonal que guardan, que se estabiliza al llegar a la pubertad. La distancia entre hombres en interacción es más amplia que la mantenida por mujeres y que las interacciones mixtas en general. Estos hechos tal vez puedan ser interpretados teniendo en cuenta que en nuestra cultura existe un claro tabú contra la homosexualidad, especialmente contra la masculina, lo cual se refleja en normas como la de castigar a un niño que toca o acaricia a otro niño. Las personas que sufren algún tipo de anormalidad como los adultos esquizofrénicos, los adolescentes con trastornos emocionales y los disminuidos físicos guardan mayor distancia interpersonal.

Tipo de relación social y de situación

Tanto la experiencia cotidiana como la investigación han corroborado que los amigos se sientan o mantienen en pie más cerca que los extraños. Otro factor determinante es el estatus: cuando los subordinados conversan con sus superiores lo hacen a mayor distancia que cuando lo hacen entre compañeros (Dean y cols., 1975). En general, se observa que solemos situarnos más cerca de las personas que nos resultan más familiares y semejantes a nosotros en nivel social, raza y otras características. En cualquier caso puede apreciarse una relación entre el espacio personal y el impacto social que causamos (Latané y cols., 1995).

Por otra parte, acostumbramos a acercarnos a otro más cuando lo vemos justificado por la situación, por ejemplo, si se está sosteniendo una conversación (cuando la gente está conversando tolera mayor proximidad física), especialmente en determinadas situaciones, como en una ruidosa cafetería (donde puede ser preciso casi estar en contacto físico para entenderse) o al dirigirnos a nuestro vecino mientras escuchamos una conferencia.

La investigación ha detectado la importancia de algunos factores situacionales concretos tales como el ambiente físico, el estado de ánimo o el tema que es objeto de conversación. Sabemos, gracias a diversos estudios, que la distancia que las personas guardan entre sí está relacionada con aspectos tan variados como el tamaño y la forma de la habitación, el grado de intimidad del tema de que se habla o el hecho de estar en un espacio cubierto o al aire libre (véanse, por ejemplo, las revisiones de Patterson y cols., 1984, o Hayduk, 1983).

La importancia de los *factores culturales* justifica que sean considerados en lugar aparte.

La cultura crea distancias

El antropólogo Hall (1966), interesado por las diferencias culturales existentes al establecer nuestra distancia con los otros, cuenta al respecto una curiosa anécdota. Durante su estancia en un hotel, Hall descansaba en la semivacíu sala de recepción cuando apareció un extraño que se colocó tan cerca de su sillón que podía escucharse su respiración. El desconocido estuvo a su lado esperando hasta que llegaron varias personas que hablaban en árabe. Hall recordó entonces que en los países árabes el área de espacio personal es bastante pequeña y abierta a la invasión hasta el punto de que, cuando dos personas se relacionan entre sí, el árabe prefiere estar tan cerca que ello le permita oler el cuerpo y el aliento de la persona con la que habla. Obviamente, este hábito social choca con las expectativas de nuestra propia cultura, como le ocurrió a Hall.

Hall ha establecido al respecto una interesante distinción entre culturas de contacto y culturas de no contacto. De acuerdo con ello, el que pertenece a una *cultura de contacto* del Mediterráneo, Oriente Próximo y Latinoamérica se habitúa a una fuerte relación sensorial con los otros y prefiere el contacto social directo. En cambio, los que son educados en *culturas de no contacto* (países anglosajones y Alemania) tratan de limitar la apertura espacial con los otros.

La Teoría de Hall ha obtenido cierta confirmación empírica. Así, Little (1968) pidió a personas pertenecientes a ambos tipos de culturas que colocaran muñecas en una posición

adecuada para relacionarse cómodamente, observando que los italianos y los griegos colocaban las muñecas más cerca que los de Estados Unidos, Suecia y Escocia.

Las variaciones culturales existentes en cuanto al espacio personal pueden dar lugar a conflictos de espacio. Ello ha originado historias no exentas de un toque de humor, como la relatada por Worchel y cols. (1991), que se refiere a un sudamericano y un estadounidense que estaban conversando en una fiesta. Mientras que el sudamericano, como podía esperarse de un latino, no cesaba de acercarse más y más porque le resultaba cómoda la interacción a una distancia reducida, el estadounidense, por el contrario, necesitaba más espacio y retrocedía a medida que el otro avanzaba. El resultado era una especie de “baile norte-sur” en el que uno se movía hacia adelante y el otro hacia atrás, de forma que la conversación se iba prolongando a lo largo de la sala.

Si una determinada distancia interpersonal puede ser confortable para los de una cultura e incómoda para los de otra, ello puede crear problemas en aquellas ciudades en las que conviven individuos de diferentes culturas, como Nueva York, Londres o París. La forma distinta de entender el espacio personal puede dar lugar a equívocos y tensiones entre individuos que no acaban de comprender exactamente qué es lo que está ocurriendo (Aiello y Thompson, 1980).

Distancia interpersonal: ¿a cuántos centímetros está usted?

Ciertamente, la distancia que mantenemos al relacionarnos con otra persona tiene un significado psicológico. Así lo puso de manifiesto Hall tras minuciosas observaciones en múltiples entrevistas. Este autor (Hall, 1966) ha distinguido en nuestra cultura cuatro tipos de *distancia de interacción*, cada una de las cuales tiene una fase cercana y una fase alejada:

- *Distancia íntima*: en su fase cercana, corresponde a dos partes que se hallan en contacto físico. Es la distancia de la relación amorosa, del intercambio afectivo de amistad y de la relación de los niños con sus padres. En la fase alejada (15 a 45 centímetros), los interlocutores no se tocan entre sí, salvo al saludarse o estrechar la mano, pero es posible percibir su aliento u olor corporal. Se habla en voz muy baja, como diciendo un secreto.
- *Distancia personal*: la fase cercana (45 a 65 centímetros) es usada por los amigos íntimos o por una pareja cuando conversa. Aunque una persona casada puede sentirse molesta, si ve en esta zona a su cónyuge con una persona del otro sexo, es normal utilizar esta distancia en las fiestas entre amigos mientras se está conversando en tono de voz suave. En la fase alejada, el otro se encuentra hasta poco más de un metro de distancia y ya no es posible tocarle con el brazo extendido. Esta es la zona de las relaciones sociales ordinarias con amigos y conocidos que hablan de asuntos de interés mutuo.
- *Distancia social*: su fase cercana (1,20 a 2 metros) se caracteriza porque en ella la relación llega a adquirir un matiz más impersonal, como cuando se relaciona el empleado de una tienda con un cliente o al interaccionar personas de diferente estatus social (el jefe con un subordinado). La fase lejana (2 a 3,5 metros) se utiliza en situaciones más formales de negocios. Las personas importantes ocupan mesas amplias que imponen, por su tamaño, la distancia que otros deben mantener.
- *Distancia pública*: en las relaciones de tipo impersonal, se mantiene esta distancia que, en su fase cercana va de 3,5 a 7 metros. Así tiende a ocurrir al interaccionar un profesor y un pequeño grupo de alumnos. La fase alejada (más de 7 metros) corresponde a la distancia empleada alrededor de importantes figuras públicas, como un Presidente.

Ha podido observarse que, a medida que iba aumentando la distancia de interacción se precisaba ir elevando el tono del habla para hacerse oír con nitidez y que se pasa gradualmente del susurro a un volumen alto de voz.

La Teoría de Hall ha obtenido apoyo en la investigación empírica (Hayduk, 1983). En las relaciones amistosas e informales preferimos la distancia personal o íntima, mientras que en las relaciones más formales con extraños o gente poco conocida utilizamos los otros dos tipos de distancia.

Funciones del espacio personal

Una razón para explicar nuestra exigencia de un espacio personal es evitar la molesta sensación de tensión o activación fisiológica que la cercanía del otro provoca en nosotros. Sin embargo, la persistencia y energía con que luchamos por mantener una distancia adecuada hace pensar que este comportamiento debe hallarse ligado también a la satisfacción de necesidades importantes. Entre ellas, se han destacado las siguientes:

- Mantener la identidad personal, es decir, mostrarnos como seres independientes y distintos de los demás, dado que el yo no acaba en el contorno de nuestra piel, sino que se prolonga en el espacio personal, por lo que una violación del espacio personal puede ser vista como intromisión en nuestra intimidad.
- Protegernos de cualquier amenaza o peligro, de forma que el espacio desempeña un papel parecido al del territorio en los animales. Caminar a distancia de cualquier extraño en una calle solitaria puede ser una medida de seguridad razonable. Es posible concebir también el espacio personal como una especie de cabina protectora o “parachoques” en situaciones de estrés y como un área amortiguadora de sensaciones cuando experimentamos sobrecarga de estimulación (por ejemplo, en un autobús repleto de gente o en unos grandes almacenes bien surtidos).
- Controlar nuestra interacción con los demás, es decir, con quién y en qué grado de intimidad deseamos relacionarnos. Por ejemplo, guardar una distancia considerable con otro puede ser una forma de transmitirle que no deseamos establecer relación con él. Una menor distancia nos permite seleccionar con quién establecer una relación. Si se acorta todavía más la distancia de interacción, se comunica el deseo de un mayor nivel de intimidad.

Ciertamente, la distancia personal es un medio para regular el grado de privacidad deseada en una interacción, pero no es el único ya que también utilizamos con este objeto otras formas de conducta no verbal, como la mirada y la sonrisa. Este aspecto ha sido aclarado por la *Teoría del equilibrio* de Argyle y Dean (1965) que explica, por ejemplo, lo que ocurre cuando estamos en una situación que nos impone una distancia interpersonal excesivamente íntima (como al viajar en un ascensor): procuramos evitar el mirar o sonreír al otro para disminuir el nivel de intimidad de la situación. Con un argumento similar a lo apuntado en la territorialidad (Altman, 1975), esta teoría prevé que en cada situación buscamos un equilibrio o punto óptimo de intimidad deseada coordinando la distancia que guardamos con otras conductas no verbales. Si nos dirigimos desde el balcón a un amigo que está en la calle, le hablaremos mirándole a los ojos y sonriendo.

4.4 La proximidad genera atracción... o repulsión

La proximidad permite el contacto y el inicio de la relación

Para que se produzca el contacto entre dos personas deben encontrarse en el mismo entorno y existir proximidad o accesibilidad entre ellas. La proximidad en la zona en que se reside o en

el lugar de trabajo, estudio o esparcimiento es, pues, la condición indispensable que permite el contacto, el inicio de la relación y el hecho de que la interacción ocurra con frecuencia. Ello puede parecer una obviedad, pero debe resaltarse por sus importantes consecuencias.

El contacto frecuente, la exposición repetida al otro es un hecho cotidiano. Recuerde, por ejemplo, que la primera vez que fue a estudiar o a trabajar en un centro se encontró frente a un conjunto borroso de personas. A medida que iba frecuentando el centro, algunas caras se iban perfilando e iban emergiendo, adquiriendo visibilidad en la masa informe del grupo. Y conforme las caras que le resultaban extrañas y, tal vez, le inspiraban un ligero temor se van convirtiendo en caras conocidas, incluso familiares, probablemente fue experimentando una sensación agradable. Cuando varias personas se reconocen y se saludan al verse se va creando en ellas una actitud de confianza y apertura, el germen de un vínculo afectivo que puede, en algunos casos, constituir el inicio de una amistad.

Esta transformación del paisaje social que nos rodea a medida que lo nuevo se va convirtiendo en cotidiano constituye otro fenómeno aparentemente trivial, pero de notable relevancia psicológica. Nuestro gusto por lo familiar y las caras conocidas constituye un hecho que fue observado por primera vez por Zajonc (1968). Este autor notó que, tanto las personas como las cosas nuevas, tienden a inspirar algún grado de desconfianza o recelo, mientras que las conocidas son más fácilmente aceptadas. Los estudios de Zajonc se analizan con mayor detalle en el Capítulo 17 sobre Actitudes.

La simpatía por una cara conocida, en contraste con una cara extraña, ha sido observada en niños (Brooks-Gunn y Lewis, 1981), y en otras especies se ha notado también una capacidad para distinguir a otros individuos como amigos y como extraños o enemigos (Schusterman, Reichmuth y Kastak, 2000). Este comportamiento tiene probablemente una base evolucionista dada su importancia para la supervivencia: es adaptativo simpatizar con estímulos que la experiencia pasada presenta como seguros, en lugar de confiar en estímulos nuevos y eventualmente peligrosos.

Procesos psicosociales implicados en la proximidad. Un análisis a partir del experimento de Milgram



Stanley Milgram

El experimento de Milgram (1965) sobre obediencia a la autoridad se estudia también en otro capítulo de este volumen, en concreto, en el dedicado a la Influencia social. Aquí se analizará desde la perspectiva del ambiente físico.

En dicho experimento se demostró que la situación de proximidad cambiaba la conducta: a medida que aumentaba la proximidad entre el participante que administraba las descargas y la víctima, descendía el grado de obediencia del participante.

En situación de lejanía, en cambio, sólo un 35% de los participantes desobedeció al experimentador (es decir, dejó de administrar las descargas), en la situación de proximidad desobedeció el 60% y cuando la proximidad se hizo más estrecha (hasta el contacto físico) la desobediencia se elevó al 70%.

Milgram hizo un excelente análisis sobre los factores psicológicos que cambian la percepción del otro cuando éste se halla en una situación de proximidad tal que permite que le veamos.

Dicho análisis nos ofrece un buen punto de partida para destacar que la proximidad conlleva factores tales como:

- *Empatía*: ver al otro cerca de nosotros permite captar mejor su peculiaridad individual, su conducta no verbal, reflejo de sus sentimientos, y ponernos en su lugar y sentir afecto y simpatía por él; es diferente de cuando está lejos y no conocemos sus sentimientos o no vemos cómo los expresa (recuérdese el refrán “ojos que no ven, corazón que no siente”).
- *Inclusión del otro en mi campo de atención*: al quedar el otro a mi vista, ya no es posible excluirle de mi mente o ignorarle, no puedo dejar de tenerle en cuenta porque ha pasado a formar parte constantemente de mi campo cognitivo; no puedo negar su existencia y concentrarme exclusivamente en la tarea que estoy realizando, y mirar hacia otra parte porque está tan cerca que no me es posible dejar de verle.
- *Observación recíproca*: no sólo yo puedo ver al otro y las consecuencias de mi conducta sobre él, sino que él ve lo que hago y puede transmitirme su reacción con la mirada o la voz; sentirme bajo la mirada del otro, puede hacerme experimentar vergüenza o culpa, si mi acción es incorrecta o perjudicial para él.
- *Formación incipiente de un grupo*: el sentirme próximo al otro permite, de forma incipiente, que me sienta formando un mismo grupo con él y, por tanto, lo perciba como un posible aliado, como una persona con la que puedo identificarme, como “uno de los míos”.

Proximidad y atracción

Hemos visto que la proximidad favorece la atracción interpersonal porque hace más probable el contacto frecuente (*efecto de exposición*) y favorece el vínculo afectivo, la empatía y el hecho de ser más sensible a las reacciones del otro. No deben olvidarse igualmente ciertos aspectos prácticos: requiere menos esfuerzo establecer una amistad con alguien cercano a nosotros que con una persona a la que sólo podemos ver después de recorrer una importante distancia física y, por otra parte, resulta incómodo tener una mala relación con una persona con la que frecuentemente nos cruzamos.

La literatura psicosocial habla también de otros factores asociados a la atracción que resultan potenciados en condiciones de proximidad, como particularmente la *similitud*. La cercanía ofrece la oportunidad de captar aspectos personales semejantes a uno mismo (carácter, hábitos, aficiones...), cualidades que permiten congeniar con el otro y que acabarán facilitando la atracción.

La cercanía física puede también permitir obtener *beneficios de relación*. Es más probable que exista ayuda entre vecinos que entre gente lejana, por lo que el que está cerca puede ser visto como un benefactor potencial, alguien de quien podemos necesitar algún tipo de ayuda, desde prestaciones materiales hasta apoyo emocional.

Cuando la *proximidad se hace más estrecha* (como ocurre en los que comparten un mismo hogar), el incremento de la cercanía tiene consecuencias diversas, además de acrecentar la oportunidad de interacción y conocimiento mutuo. Hay consecuencias particularmente relevantes, tanto en la esfera emocional como en la práctica: se facilita el profundizar en las relaciones afectivas y, al mismo tiempo, se propicia el poder beneficiarse mejor del intercambio de recursos con el otro (*ayuda mutua*).

La importancia de la proximidad para profundizar en las relaciones se pone de manifiesto en el hecho de que las relaciones íntimas suelen ser denominadas en la literatura psicosocial *relaciones cercanas* (*close relationships*) y los beneficios de vivir cerca se hacen patentes, por ejemplo, en la frecuencia con que se ayudan o hacen favores entre vecinos. En el hogar se

observa particularmente que vivir juntos crea fuertes lazos emocionales, de forma que tienden a generarse vínculos de unión y solidaridad entre los que se sienten “en un mismo barco”. Todos estos aspectos se estudian con mayor detalle en el Capítulo 12 de Relaciones Interpersonales.

Puesto que la proximidad tiende a favorecer la atracción, ello hizo esperar que el hecho de que convivir en un mismo espacio distintos grupos entre los que existe algún grado de prejuicio podría favorecer una reducción de la enemistad, un aumento de la simpatía. Éste es el caso de la llamada *hipótesis del contacto*, que ha sido utilizada con éxito para disminuir la hostilidad entre grupos, como comprobaron, por ejemplo, Deutsch y Collins (1951).

Tratando de explicar este hecho, Pettigrew (1986) ha puesto de relieve que, cuando se encuentran próximos personas de raza blanca y miembros de grupos minoritarios, surge la atracción si llegan a percibir aspectos semejantes entre ellos y que, en cualquier caso, el hecho de ver al otro de cerca permite captar mejor su individualidad en lugar de los estereotipos y prejuicios más frecuentes.

Desafortunadamente, hay que reconocer que, si la hipótesis del contacto produjera siempre el efecto deseado, sería fácil, por ejemplo, solucionar el problema del racismo y la xenofobia hacia los inmigrantes limitándonos a promover la integración y la convivencia entre la población autóctona y los recién llegados. Pero, cuando los prejuicios hacia el exogrupo son fuertes, el efecto de la proximidad puede contribuir a exacerbar la animadversión ya existente (Fazio y Hilden, 2001), particularmente cuando existen circunstancias como las diferencias de estatus entre los grupos que iniciaron el contacto o la incompatibilidad de intereses entre ellos. La hipótesis de contacto se analiza con mayor detalle en el Capítulo 23 sobre prejuicio y estigma.

En línea con lo anterior, y hablando en términos generales, puede afirmarse que la proximidad no siempre tiene efectos positivos sobre las relaciones e incluso puede ser un predictor de efectos negativos, como veremos a continuación.

Proximidad y repulsión: algunos factores que propician el rechazo

A pesar de que lo visto anteriormente parece confirmar que “el roce hace el cariño”, la realidad demuestra que este dicho popular es sólo una verdad a medias. Existe una serie de hechos que desmienten el simplismo de tal afirmación y muestran que el “roce” en la relación puede generar cariño, pero también puede hacer saltar “chispas” de odio o positiva animadversión. Los ejemplos pueden ser variados: celos y rivalidad entre hermanos, malos tratos en el hogar, áspera competitividad entre compañeros de trabajo o agrios altercados entre vecinos. En resumen, en las relaciones de proximidad —sea en el hogar, en el trabajo o en la zona de residencia— no sólo se da una mayor probabilidad de atracción, sino que también existe un riesgo particular para el enfrentamiento y la enemistad.

Nos referiremos, en primer lugar, a las situaciones de *convivencia en estrecha proximidad*, como ocurre en el hogar, para hacer mención luego a algunas condiciones en que la proximidad puede generar rechazo, como la *disimilitud* con otras personas, la *comparación social* y la *competitividad*.

Convivir en la *estrecha proximidad del hogar* crea una relación de franca interdependencia, de forma que las consecuencias de los actos de unos repercuten en los otros. Todo ello hace las relaciones más intensas y más comprometidas entre las paredes del hogar, tanto en sus efectos positivos (amor conyugal, cohesión familiar) como en sus consecuencias negativas (desde maltrato psicológico hasta violencia con lesiones e incluso muerte).

Vivir bajo el mismo techo puede convertirse en un factor de riesgo cuando aparecen pequeños problemas de convivencia cotidiana que, a la larga, tal vez lleguen a hacerse muy desagradables, como oír a otro que habla en voz demasiado alta, canturrea de forma desahogada, recibe constantes llamadas de móvil o ronca por las noches... Quien vive en el otro extremo de la ciudad no es fácil que realice conductas molestas para mí, mientras que el vecino o quien convive en el mismo hogar que yo es más probable que pueda hacer cosas por las que me sienta perjudicado.

Por otra parte, la proximidad permite descubrir y experimentar no sólo lo que tenemos en común con otros, sino también la *disimilitud* y las discrepancias entre la gente, de manera que el mayor conocimiento puede incrementar la repulsión de uno hacia el otro. Las diferencias de personalidad o de estatus entre dos personas, al igual que la existencia de incompatibilidad o clara enemistad entre ellas pueden agravarse por la proximidad y el contacto frecuente, haciéndose más dramática la discrepancia entre ambas.

Otra condición de proximidad que puede incrementar el rechazo es la *comparación social*. Vivir próximos a otras personas incrementa la probabilidad de la comparación social, una tendencia a compararnos con los demás que influye notablemente en nuestra autoestima (Wayment y Taylor 1995). Necesitamos compararnos con los demás para evaluar si nuestras propias opiniones son correctas y si nuestras habilidades son valiosas y las comparaciones solemos hacerlas con personas similares a nosotros (Festinger, 1954). Consiguientemente, la proximidad puede tener a veces consecuencias negativas, como, por ejemplo, cuando la comparación resulta desventajosa para nosotros y vemos que los otros nos superan en habilidades o logros, lo que nos hace sentir envidia (Salovey y Rothman, 1991). La *envidia*, “tristeza o pesar del bien ajeno” (Diccionario de la RAE), implica sentimiento de animadversión hacia el otro al mismo tiempo que un fuerte deseo de poseer lo que él tiene. Ello puede implicar un importante coste psicológico al que se refieren Tesser y cols. (1988) cuando hablan del *dolor de estar juntos*.

Finalmente, la proximidad genera frecuentemente *competitividad*. Una situación típica de competitividad se produce cuando varias personas cercanas compartiendo un mismo espacio físico (hogar, lugar de trabajo, barrio) implica acceder, al mismo tiempo que otros a unos recursos valiosos (riqueza, poder, prestigio, etc.) pero limitados. El reparto de unos recursos frecuentemente escasos puede provocar situaciones de conflicto con otros, un choque entre intereses incompatibles (recuérdese, al respecto, el célebre experimento de Sherif y cols., 1961).

Además de la distancia y la proximidad, con sus diferentes implicaciones en la interacción social, nos interesa destacar a continuación el papel de otros factores ambientales ya aludidos desde la perspectiva del estrés ambiental, en las relaciones del entorno físico y el comportamiento.

4.5 Factores ambientales estresantes y conducta social

Existe una vieja tendencia humana a relacionar el ambiente físico con el comportamiento. Por ejemplo, Hipócrates elaboró en la antigüedad una Teoría sobre la influencia de los climas en el carácter de los pueblos mientras que Marco Polo, al iniciar el relato de sus viajes a Persia, contaba la experiencia llevada a cabo por el rey de Kerman que pretendía demostrar que la brutalidad de los habitantes del país vecino se debía a la influencia del suelo. No faltan igualmente leyendas populares acerca del impacto de factores ambientales sobre el comportamiento, como es el caso de la influencia de la luna llena en el mito del hombre lobo.

El conocimiento científico sobre la influencia del ambiente físico es relativamente escaso, aunque se remonta a una época temprana, como lo demuestra la publicación del libro *Geopsyché*

(fenómenos geopsicológicos), en 1911, por parte del autor alemán Willy Hellpach y en el cual se aborda la influencia de los fenómenos físico-ambientales (climáticos, astronómicos y otros por el estilo) en la conducta. Actualmente, tenemos constancia de algunos efectos producidos sobre el comportamiento humano por ciertos factores meteorológicos, como la temperatura, la humedad, la presión y la electricidad atmosférica. Nos referiremos en esta sección a algunos factores ambientales que producen estrés y, consiguientemente, alteran la conducta social, como la electricidad atmosférica y el ruido. La influencia del calor también ha sido objeto de diferentes estudios, en especial su relación con la agresión, lo que se aborda en los capítulos 15 y 16.

Influencia de la electricidad atmosférica

En algunas obras literarias, al igual que en películas modernas de terror, se ha asociado la furia de la naturaleza (como una tormenta o un huracán) al desorden en la mente humana. Es el caso de *El rey Lear* de Shakespeare, donde la locura del rey va acompañada de una fuerte tempestad. ¿Puede admitirse una relación de causa-efecto entre la crispación de la naturaleza y el trastorno mental? La investigación no ha confirmado tan atrevida hipótesis, pero ha arrojado luz sobre los efectos que una tormenta eléctrica puede producir sobre nuestro estado anímico.

En el curso de una tempestad, los relámpagos, el viento y otras condiciones atmosféricas provocan la escisión de las moléculas de aire en forma de iones positivos y negativos. Diversos investigadores, como Sulman y cols. (1974), llamaron la atención sobre el hecho de que la frecuencia de los suicidios, accidentes industriales y algunos tipos de crimen aumentaban cuando crecía el nivel de iones en la atmósfera. Apparently, la electricidad ambiental tenía efectos psicofisiológicos, activaba la sensibilidad de las personas y recrudecía su agresividad.

Se ha investigado también este fenómeno en el laboratorio, utilizándose equipamiento especial para generar altos niveles de electricidad atmosférica. Baron y cols. (1987) han comprobado que los iones negativos incrementan los niveles generales de activación, haciendo más intensas las respuestas dominantes o habituales de una determinada persona. En concreto, los iones negativos incrementan la agresividad de los individuos de personalidad Tipo A (caracterizados por su hiperactividad e impaciencia), que ya poseían una clara tendencia a la agresión.

La intensificación de las reacciones habituales de un individuo en presencia de iones negativos se ha observado experimentalmente también en el hecho de que aumenta el atractivo de un extraño con actitudes semejantes a nosotros y se despierta un mayor rechazo del que percibimos como muy diferente.

En los años ochenta, algunas empresas comenzaron a usar generadores de iones negativos para intentar, de forma indirecta, incrementar la producción de los empleados, pero tal innovación, además de plantear graves problemas de tipo ético, podría intensificar también los estados de ánimo negativos y, en particular, los de carácter agresivo.

Efectos del ruido ambiental

El ruido es un sonido inarticulado, por lo general desagradable (Diccionario de la RAE). Otras definiciones de ruido resaltan que es un sonido no deseado y también que puede resultar perturbador o dañino para el que lo escucha. Incluso la etimología de esta palabra (del latín *rugitus*, rugido) refleja su carácter desagradable y potencialmente amenazador.

En las últimas décadas ha existido un creciente interés por la influencia del ruido sobre la conducta. La investigación ha puesto de relieve que el ruido no sólo produce malestar general,

sino que también hace más difícil o impide la atención, la comunicación, el descanso y el sueño, produciendo igualmente estrés crónico, trastornos psicofisiológicos y alteraciones del sistema inmunitario. La difusión de los efectos dañinos del ruido, que también afectan al campo de la relación con otras personas, ha hecho emerger un nuevo problema social que actualmente preocupa.

Haciéndose eco de esta inquietud, la Organización Mundial de la Salud (OMS) ha ido reuniendo desde 1980 un número considerable de estudios especializados. En esta línea, la OMS convocó en 1999 en Londres a un grupo de expertos a los que encargó la elaboración de una *Guía del ruido urbano*. La *Guía*, editada por Berglund, Lindvall y Schwela, tiene por objeto concienciar a la población y a las autoridades sobre los efectos nocivos del ruido, exigir las responsabilidades y promover los cambios legislativos correspondientes.

El documento de la OMS, que va respaldado por la referencia a varios centenares de estudios, destaca, además de efectos conductuales muy diversos, la importancia del impacto del ruido en la conducta social. Concretamente, se explica que la exposición al ruido, si coincide con la activación de una hostilidad preexistente, puede desencadenar la agresión. Existe constante evidencia de que el ruido, por encima de los 80 decibelios, está asociado a una reducción del comportamiento de ayuda y a un incremento de la conducta agresiva. En particular, la exposición a un ruido fuerte y continuo puede hacer que los niños sean más vulnerables a los sentimientos de desamparo (Evans y Lepore, 1993).

Una situación de ruido particularmente estudiado ha sido la de poblaciones situadas en las inmediaciones de aeropuertos. Se ha comprobado, con evidente preocupación, que los niños expuestos de forma constante al ruido de aviones presentaban problemas en el aprendizaje de la lectura y que adultos, en las mismas condiciones, tenían dificultades para concentrarse y pérdidas de memoria (Cohen, Glass y Singer, 1973; Smith y Stansfeld, 1986; López Barrio, Carles y Herranz, 1992; Stansfeld y cols., 2005).



Si bien el volumen excesivo es uno de los factores más importantes en la respuesta negativa al ruido, otra variable significativa es la impredecibilidad. Es más fácil adaptarse a sonidos predecibles, como el ruido de la lluvia o el tic-tac de un reloj, que a sonidos inesperados, como un trueno repentino. Se ha demostrado que, cuando el sujeto tiene un cierto control sobre el ruido, el malestar se reduce. Si los participantes en un experimento pueden eliminar el ruido apretando un botón, son capaces de rendir más y sentirse cómodos aunque no aprieten el botón (Glass, Singer y Friedman, 1969).

4.6 Entornos positivos y negativos

Es frecuente en la investigación psicosocial la referencia a las influencias de signo opuesto que pueden ejercer los factores ambientales sobre las emociones y la conducta. Por ejemplo, pueden citarse tanto estudios que hablan del aumento de la agresividad cuando el ambiente es caluroso (Rotton y Cohn, 2000) como trabajos que resaltan que es más probable la conducta de ayuda en un agradable día de sol que en un día nublado (Cunningham, 1979). Obviamente, así como en el caso del calor hemos destacado que existían variables (como la frustración o la provocación) que también intervenían en la emergencia de conductas antisociales, también puede decirse que en el hecho de que se dé una relación entre clima agradable y ayuda pueden intervenir igualmente otras variables, como la ambigüedad de la situación o la incomodidad que implica la ayuda.

Resumiendo lo dicho y, sin caer en simplificaciones deterministas, puede afirmarse que existen entornos que se asocian a emociones positivas (como la alegría o el optimismo) y también a conductas positivas (atracción, empatía, ayuda) y también se encuentran entornos que se asocian tanto a emociones negativas (estrés, frustración, tristeza) como a conductas negativas (agresividad, prejuicio). En el primer caso, podemos hablar de *entornos positivos* y, en el segundo, de *entornos negativos*.

El papel estimulante y revitalizador de los *entornos positivos* ha sido resaltado por la psicología positiva, que incluso ha puesto en práctica la teoría celebrando sus encuentros en lugares atrayentes. Seligman, fundador del Movimiento de Psicología Positiva, explica que, de acuerdo con los principios que guiaban al movimiento, decidió que las reuniones científicas que organizaran habrían de tener lugar en bellos parajes naturales en lugar de tener lugar “en las salas sombrías de las universidades o los hoteles” (Seligman, 2002, p. 365).

Esta perspectiva es coherente con la teoría de Barbara Fredrickson sobre las emociones positivas (2001), que establece que este tipo de emociones generan en la persona recursos de tipo físico (salud, longevidad), intelectual (mayor creatividad), psicológico (capacidad para resolver problemas) y social (amabilidad, ayuda).

En línea con la Psicología positiva, se han desarrollado conceptos como los de *entornos creativos* y *entornos restauradores* (*restorative environments*). Al hablar Csikszentmihalyi (1997) de *entornos creativos* señala que los ambientes que estimulan la creatividad deben reunir ciertas características, como ser novedosos, bellos y complejos y habla de la relevancia que tiene el saber construir entornos *creativos* para desarrollar con éxito tareas de particular relevancia social. Este autor cita numerosos casos de grandes creadores que, cuando quisieron elaborar sus obras, se dejaron atraer por lugares bellos que les sirvieran de escenario.

Los *entornos restauradores* (*restorative environments*) han sido definidos tradicionalmente como contextos geográficos específicos que renuevan las capacidades funcionales disminuidas y potencian estrategias de afrontamiento y recursos adecuados para controlar el estrés (Hartig y Staats, 2003). Una importante teoría sobre los ambientes restauradores es la Teoría de la restauración de la atención (ART), que sostiene que el hacer uso de forma intensa o prolongada de la atención dirigida conduce a la fatiga de los mecanismos responsables de dicha atención, y que el hecho de experimentar ciertos aspectos del entorno restaurador permite que la persona vuelva a funcionar con eficacia, es decir, que experimente una restauración (Hertzog y cols., 2003). La ART se aplica en particular a aquellas personas que residen en zonas densamente pobladas y que tiene ocupaciones propensas a la fatiga.

4.7 Resumen

En el presente capítulo se analiza el grado en que el ambiente físico influye en la conducta social. En primer lugar, se presentan una serie de razones que otorgan al ambiente un papel relevante. A continuación, se describe la conducta de la persona en relación con el lugar o territorio que ocupa y se analiza también la importancia de su espacio personal.

Seguidamente, se comprueba que la proximidad o cercanía de los actores en el espacio personal suele producir efectos positivos, pero a veces también puede repercutir de forma negativa.

Se estudian igualmente algunos factores ambientales estresantes que influyen en la conducta social, como el calor, la electricidad atmosférica o el ruido. Finalmente, se advierte que los efectos del ambiente, además de ser a veces estresantes, también pueden producir emociones y conductas positivas, por lo que es posible establecer una distinción entre *entornos positivos* y *entornos negativos*.

El contenido de este capítulo, centrado en las bases ambientales de la conducta social, en ningún caso debe entenderse de forma determinista, dado que los factores ambientales actúan en interrelación con otros de tipo biológico, cultural y personal y condicionan, de muy diversas formas, nuestras relaciones con los demás.

Términos de glosario

Entornos restauradores

Espacio personal

Estrés ambiental

Privacidad

Territorialidad

Lecturas y otros recursos recomendados

Aragonés, J. I. y Amérigo, M. (Coords.) (2000). *Psicología ambiental*. Madrid: Pirámide.

Manual de referencia en lengua castellana sobre la disciplina, en cuya segunda edición vuelve a contar con las aportaciones de autores españoles sobre los principales tópicos de la Psicología ambiental y sus ámbitos de aplicación.

Pol., E. (1988). *Psicología ambiental en Europa. Análisis sociohistórico*. Barcelona: Anthropos.

Libro de referencia para una aproximación genealógica a la disciplina de la Psicología ambiental en su ámbito europeo, cuestión que cuenta con posteriores revisiones por parte del mismo autor, en su reedición en 1993, en lengua inglesa, y en dos recientes artículos en la revista internacional *Medio Ambiente y Comportamiento Humano*.

PARTE II

Procesos básicos cognitivos y emocionales

La Cognición social

Armando Rodríguez Pérez y Verónica Betancor Rodríguez

Objetivos

Los objetivos que se pretende conseguir con los contenidos presentados en este capítulo son:

- Mostrar el alcance disciplinario de la Cognición social y sus competencias en el marco de la Psicología social.
- Transmitir las características básicas del diseño cognitivo humano y mostrar su capacidad adaptativa a las demandas de un medio social altamente complejo.
- Mostrar y avalar empíricamente que las conductas humanas no son meras respuestas al medio, sino el resultado de una interacción entre la información nueva y el conocimiento previo.
- Mostrar y avalar empíricamente que la racionalidad humana es producto del uso de heurísticos que potencian su capacidad adaptativa.
- Mostrar y avalar empíricamente que los motivos, afectos y emociones no sólo no interfieren en la racionalidad humana, sino que son indispensables para lograrla.
- Mostrar y avalar empíricamente que los aspectos no conscientes y automáticos son una parte importante del escenario responsable de la conducta.

5.1 Introducción

Los seres humanos vivimos en un entorno altamente complejo. Miles de fragmentos de información llegan constantemente a los sentidos y cada instante se convierte en un dilema que demanda una respuesta inmediata. Si trasladásemos a un algoritmo todas las operaciones mentales conscientes e inconscientes con las que afrontamos ese ciclón informativo, el resultado sería una fórmula imposible. De igual forma, si una “máquina inteligente” se sometiese a ese torbellino de estímulos, con toda probabilidad sus circuitos se bloquearían y sus decisiones desajustarían todo el sistema.

Por tanto, si se quiere tener una representación relativamente articulada del mundo es importante que los perceptores desarrollemos estrategias que nos permitan acomodar nuestras capacidades a las diferentes demandas cognitivas, sobrevivir a la presión informativa y conformar una red de apoyo que nos proporcione el necesario ajuste social.

Si estuviese en nuestras manos modelar un ser humano que alcanzara la felicidad en esta compleja trama, posiblemente se nos ocurrirían dos soluciones intuitivas: la primera, cerrar las vías sensoriales del individuo y privarle de cualquier estimulación medioambiental; la segunda, ordenar el mundo y hacérselo fácil y manejable.

Curiosamente, las dos posibilidades se han recreado en la literatura. La primera por Borges (1944), quien, para evitar que su personaje Ireneo Funes sucumbiera al desorden y a la desesperación, lo hizo vivir en un cuarto a oscuras, aislado de cualquier ruido, con el objeto de que sus sentidos y, sobre todo, su memoria pudieran descansar. La segunda por García Márquez, quien hizo que su personaje, José Arcadio Buendía, para evitar los desvaríos que provocaba una realidad que no era capaz de interpretar, marcara todas las cosas que le rodeaban con su nombre (vaca, gallina, chivo...), e incluyera en el letrero la utilidad de cada cosa. Por ejemplo, el letrero que José Arcadio colgó en la cabeza de la vaca decía: “esta es la vaca, hay que ordeñarla todas las mañanas para que produzca leche y a la leche hay que hervirla para mezclarla con el café y hacer café con leche” (García Márquez, 1967, p. 45).

Ciertamente, ninguno de los dos protagonistas sucumbió al torbellino informativo; Ireneo murió de una congestión pulmonar y José Arcadio falleció en medio de una lluvia de flores amarillas, pero sus soluciones al problema resultan poco prácticas.

Afortunadamente, la mente del ser humano ha evolucionado y se ha adaptado óptimamente a las condiciones de un universo informativo complejo. El desafío que tenemos ahora los científicos es saber cómo lo ha hecho, y elaborar modelos e hipótesis que contribuyan a entender de qué forma ha logrado conciliar el potencial cognitivo con el caos de información al que los humanos nos hallamos expuestos. Éste es, precisamente, el gran reto de la Cognición social.

5.2 El objeto de la Psicología de la Cognición social

El objeto de la Psicología de la Cognición social es estudiar el modo en que atendemos, interpretamos, analizamos, recordamos y empleamos la información para elaborar juicios y realizar acciones. Esta definición es amplia y generosa porque busca armonizar las dos representaciones que hoy existen sobre la Cognición social:

1. Una, que la considera un conjunto de hipótesis y observaciones relativas al ámbito del razonamiento humano, y que se centra en los constructos de representación, las estrategias de cómputo y decisión, las subtarefas que relacionan el estímulo con el juicio del perceptor y los sistemas de almacenamiento.
2. Otra, que la entiende como una aproximación teórica y empírica para comprender todos los fenómenos de la conducta social, investigando las estructuras y procesos cognitivos que tienen lugar en ellos. Desde esta perspectiva, la Cognición social no se define por un contenido particular, sino como una perspectiva desde la que abordar todos los fenómenos psicosociales, desde las diferencias personales a los movimientos colectivos pasando por las relaciones intergrupales.

En este capítulo, evitaremos la primera, por cuanto una exposición meticulosa de las estructuras y procesos cognitivos puede hallarse en libros y trabajos científicos específicos sobre la cognición humana, y evitaremos la segunda, por el riesgo que existe de solapamiento con los contenidos y observaciones recogidos en otros capítulos de este manual. Atendiendo a

esta doble limitación, el plan del capítulo será recorrer algunos principios del funcionamiento cognitivo que cualifican y definen la idiosincrasia del razonamiento humano y que afectan directamente a la conducta social.

Concretamente, desarrollaremos cuatro hipótesis clave de la Cognición social que, por su naturaleza contraintuitiva, constituyen una innovación de gran calado y de las que se derivan explicaciones que enriquecen el conocimiento sobre un extenso repertorio de conductas humanas. Cada una de estas hipótesis servirá, por tanto, para articular y dar forma a los distintos apartados en los que hemos dividido éste capítulo (véase el recuadro que aparece a continuación).

RECUADRO: Las cuatro hipótesis de la Cognición social que sirven de eje a este capítulo.

Primera hipótesis

Las conductas humanas no son respuestas al medio, sino el resultado de una interacción entre la información nueva y el conocimiento previo.

En el apartado dedicado a esta hipótesis explicaremos en qué consisten los modelos duales del procesamiento de la información que integran tanto el procesamiento abajo-arriba como el de arriba-abajo. Además, ilustraremos dicha explicación con dos modelos concretos: el Modelo secuencial sobre percepción social de Fiske y Neuberg (1990) y el Modelo de procesamiento distribuido en paralelo de Kunda y Thagard (1996).

Segunda hipótesis

La racionalidad humana no es producto de la lógica, sino del uso de heurísticos que potencian su capacidad adaptativa.

Desarrollaremos el apartado referido a esta hipótesis señalando las diferentes estrategias que utilizamos los seres humanos para manejar la información que tenemos ante los sentidos. Entre estas estrategias nos referiremos, concretamente, a la reducción de información, al empleo de heurísticos, y al uso de estructuras de conocimiento ya almacenadas.

Tercera hipótesis

Los motivos, afectos y emociones no sólo no interfieren en la racionalidad humana, sino que son indispensables para lograrla.

En este sentido, estudiaremos el papel de cada uno de ellos sobre la racionalidad del ser humano, haciendo especial hincapié en el efecto que tienen las emociones no sólo sobre el tipo de información que se procesa, sino también sobre la forma en que procesamos dicha información.

Cuarta y última hipótesis

Los aspectos no conscientes y automáticos, lejos de representar un mundo instintivo y paralelo al consciente, son una parte importante del escenario responsable de la conducta.

En este último apartado indagaremos: (a) en los procesos preconscientes, dedicando especial atención a las investigaciones sobre la presentación subliminal de información; (b) en los procesos postconscientes, comprobados de manera repetida en las investigaciones sobre la falsa fama; (c) en el procesamiento dependiente de metas e inferencias espontáneas; y (d) en los procesos controlados y conscientes, haciendo referencia específica a los efectos de la supresión de pensamiento y al efecto del pensamiento contrafactual.

Vamos a desarrollar, a continuación, cada una de estas hipótesis por separado.

5.3 El papel del conocimiento previo en el procesamiento de la información

Recordemos que la Primera Hipótesis de la Cognición social a la que aludíamos, y que nos disponemos a desarrollar en este apartado, es que las conductas humanas no son respuestas al medio, sino el resultado de una interacción entre la información nueva y el conocimiento previo.

Sin embargo, esta hipótesis contradice el pensamiento tradicional que sostiene que las respuestas del ser humano son, sobre todo, respuestas al medio. Como apunta la investigación sobre las diferencias atributivas entre actores y observadores (Jones y Nisbett, 1987), los seres humanos tendemos a considerar que el origen y la explicación de todas nuestras acciones y decisiones está en la información que nos llega desde fuera. Y el único procesamiento del que somos conscientes es el que tiene lugar de abajo a arriba, es decir, el que se ocupa de transformar la información que percibimos en juicios y planes de acción. Eso significa que, cuando procesamos la información, no estamos advirtiendo que construimos significados, que nuestras expectativas, estereotipos, metas y deseos influyen en el modo en que “vemos la realidad”.

¿Por qué razón las personas tenemos dificultades para advertir esas influencias? Básicamente, hay tres factores responsables:

- *Un factor motivacional*, ya que el perceptor se presenta en cada situación con expectativas que le ayudan a procesar con agilidad y sin excesivos costes la información, pero también porque de ese modo reduce la incertidumbre que siempre conlleva una situación nueva.
- *Un factor perceptivo* ya que, mientras los datos de la realidad “se ven”, el perceptor es relativamente ajeno a muchas de sus creencias y, sobre todo, a cómo éstas interactúan e influyen sobre el estímulo registrado. De hecho, el centro de su atención es la realidad externa. Como apuntó Ortega y Gasset, las creencias “...nos ponen delante lo que para nosotros es la realidad misma (...) En ellas vivimos, nos movemos y somos. Por lo mismo, no solemos tener conciencia expresa de ellas, no las pensamos, sino que actúan latentes, como implicaciones de cuanto expresamente hacemos o pensamos”. (Ortega y Gasset, 1934/1986, p. 29).
- Finalmente, *una razón epistemológica*, ya que la actitud del lego ante la realidad no es la de buscar la verdad, ni la de poner a prueba sus creencias. Más bien, estas últimas son el medio a través del cual puede ver esa realidad ordenada y significativa (Rodrigo, Rodríguez y Marrero, 1994).

Sin embargo, que tengamos dificultades en advertir la influencia de diferentes y potentes factores como las expectativas, las motivaciones, los estereotipos, y las experiencias previas, no significa que no estemos expuestos a dicha influencia. Así, desde la Cognición social se reconoce el impacto que en el manejo de la información tiene la interacción de la información nueva con la ya conocida. Esto es, la Cognición social defiende que el procesamiento de información incluye tanto un procesamiento “abajo-arriba” como un procesamiento “arriba-abajo”.

Veamos en qué consisten y cómo interactúan ambos tipos de procesamiento.

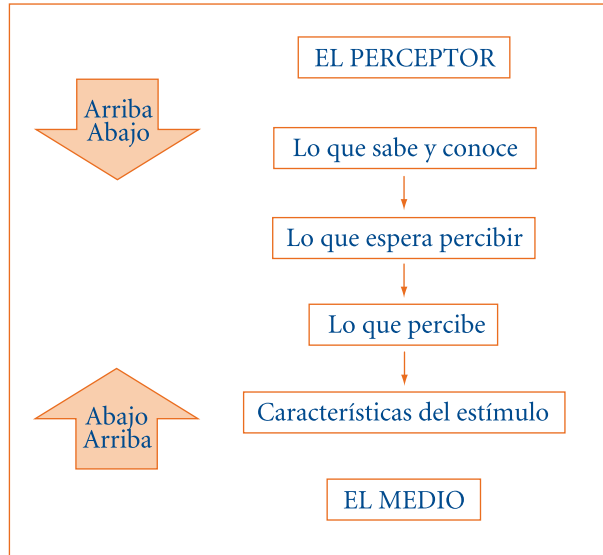
Estrategias de procesamiento abajo-arriba y arriba-abajo

El procesamiento abajo-arriba, que vemos ilustrado en la Figura 5.1, inicia el análisis de la información desde el nivel más bajo de estímulo sensorial, y su procesamiento va hacia arriba, hacia niveles más altos del análisis perceptivo. Este procesamiento es habitual en situaciones poco familiares en las que carecemos de información relevante y, también, en aquellos casos en que los estímulos son claros y se perciben sin ambigüedad.

Sin embargo, el procesamiento arriba-abajo, que también vemos en la Figura 5.1, adopta la dirección opuesta: se inicia con la activación de expectativas y conocimientos previos, y se mueve hacia abajo influyendo en la forma en que interpretamos los estímulos que llegan a los receptores sensoriales. Para responder adecuadamente a la información procedente del medio,

los individuos necesitamos dar significado a los estímulos y construir una representación interna de la situación. Pero esto es imposible si no se dispone de creencias, actitudes y expectativas almacenadas en la memoria.

Figura 5.1: Esquema del procesamiento de información arriba-abajo y abajo-abajo.



Imagine, por un momento, qué ocurre cuando una persona lee una novela. Las primeras líneas están llenas de información que le sugieren diversas hipótesis interpretativas cuya confirmación busca en las líneas siguientes.

A medida que avanza en la lectura, el lector va ensamblando un escenario de acción o un perfil humano coherente. Gracias a la capacidad para integrar las expectativas derivadas del escenario construido en el primer párrafo con las informaciones del segundo párrafo, y así sucesivamente, el lector va seleccionando significados y eliminando alternativas posibles.

Esta dinámica representa una sólida armonía entre el procesamiento arriba-abajo y el procesamiento abajo-abajo, ya que las expectativas elaboradas simplifican la actividad cognitiva y exigen menos recursos atencionales e interpretativos para procesar la nueva información. Sin el procesamiento arriba-abajo, el texto sería una historia interminable, ya que cada palabra tendría miles de significados que sólo el contexto y la capacidad de generar escenarios virtuales pueden reducir. Sin el procesamiento abajo-arriba, el lector se hallaría siempre en un entorno familiar, un universo solipsista carente de novedad y, por tanto, de descubrimiento.

La incapacidad para activar simultáneamente ambas estrategias de procesamiento y conectar la información nueva con el conocimiento previo, normalmente ausente, es el núcleo de las dificultades de los amnésicos (véase el Cuadro 5.1).

Cuadro 5.1: *Consecuencias cognitivas de la amnesia.*

N.A., un joven de las fuerzas aéreas norteamericanas, sufrió un accidente fortuito cuando una tarde, mientras se entretenía montando una maqueta de un aeroplano, se volvió repentinamente en el mismo momento en que un amigo jugando con un objeto punzante iba a gastar una broma por detrás. La mala fortuna hizo que el objeto penetrara por la fosa nasal derecha de N.A. y alcanzara el tálamo en el lóbulo temporal medio. Tras la hospitalización N.A. se recuperó, pero fue incapaz de formar nuevos recuerdos a largo plazo, especialmente con material verbal (amnesia retrógrada para información declarativa). Aunque N.A. tenía un cociente intelectual de 124, después de ese día no fue capaz de mantener un trabajo, ni de llevar a cabo actividades que requirieran una correcta secuenciación de pasos, como cocinar o ver la televisión, ya que las interrupciones publicitarias hacían que se olvidara de lo que estaba viendo. Pero lo más extraordinario fue que N.A., aunque no dejó de ser un individuo despierto y con buen humor, fue incapaz de establecer relaciones personales íntimas con otros seres humanos porque olvidaba toda la información obtenida en las interacciones previas, y ello le impedía acercarse al otro con expectativas.

Fuente: Teuber, Milner y Vaughn (1968).

En el ámbito social, las expectativas sobre los otros, elaboradas o construidas a partir de conocimientos previos que se activan mediante el recuerdo, inferencias o asociaciones, actúan como hipótesis y determinan a qué aspectos del otro atender y qué significado atribuir a sus conductas, ya que hasta un acto tan “claro” como una sonrisa puede interpretarse como un signo de simpatía o de arrogancia, dependiendo de si quien la expresa es un amigo o un adversario.

Estas preconcepciones convierten a los seres humanos en ciegos de lo que no quieren ver y testigos extraordinarios de todo lo que apoye sus expectativas. Así, por ejemplo, si un sexista observa que una mujer ejecuta una conducta acertada en un dominio estereotípicamente masculino (por ejemplo, una maniobra espectacular con un vehículo para salvar un obstáculo), lo más probable es que lo atribuya al azar o a la buena suerte, mientras que la misma conducta realizada por un hombre la considerará un signo de destreza.

Todo ello ilustra la impresionante maleabilidad interpretativa de los rasgos y, a la postre, demuestra el valor subjetivo y dependiente de otros elementos de la percepción social (véase el Cuadro 5.2).

Cuadro 5.2: *Una misma información con diferentes significados.*

Un experimento ilustra de qué modo la misma información puede recibir diferentes significados. Tras comprobar que los participantes coincidían en esperar que los abogados fuesen todos extravertidos, los autores presentaron un episodio en el que se describía a un abogado con conductas introvertidas. A la mitad de los participantes se les dijo que ese abogado trabajaba en una empresa multinacional, mientras que a la otra mitad se les dijo que trabajaba en una pequeña empresa. Los resultados muestran que los dos grupos emplearon el tamaño de la empresa para explicar la introversión: los primeros apuntaron que la introversión se debía a su empleo en una gran compañía, mientras los segundos la atribuían a su empleo en una pequeña empresa. Por consiguiente, características opuestas pueden servir para explicar un mismo atributo personal.

Fuente: Kunda y Oleson (1995).

Actualmente, la Cognición social está desarrollando todas sus teorías para incorporar la concepción dual del procesamiento humano en términos abajo-arriba y arriba-abajo.

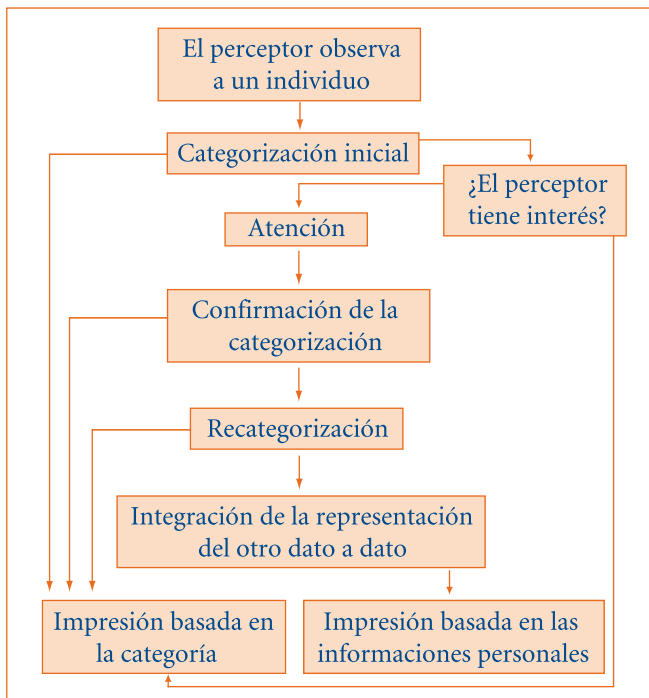
Así, uno de los ámbitos en los que más han prosperado empíricamente los modelos de integración de ambas estrategias de procesamiento es el de la formación de impresiones, donde se proponen dos tipos de teorías, las secuenciales (por ejemplo, Brewer, 1988; Fiske y Neuberg, 1990), y las de procesamiento en paralelo (por ejemplo, Kunda y Thagard, 1996). Desarrollemos cada una de estas teorías.

El Modelo secuencial sobre percepción social de Fiske y Neuberg

Una ilustración del Modelo secuencial es el que proporcionan Fiske y Neuberg (1990). Este modelo establece cinco etapas (véase la Figura 5.2), que siguen una secuencia lineal y ponen en interacción la información categorial (procesamiento arriba-abajo), con la información individual procedente del estímulo (procesamiento abajo-arriba):

1. *Etapas 1.* El proceso empieza cuando el perceptor observa a una persona. En este contexto, la primera reacción es categorizarla de un modo automático, de acuerdo con claves físicas directamente observables. Si la persona carece de interés para el perceptor, el proceso termina ahí, quedando dicha persona como un ejemplar de la categoría activada.
2. *Etapas 2.* En cambio, si el perceptor está interesado en la persona, le prestará atención, y registrará nuevas informaciones sobre ella.
3. *Etapas 3.* Estas nuevas informaciones le permitirán confirmar la categorización realizada en la primera fase. Si los nuevos datos se ajustan o son considerados consistentes o no diagnósticos respecto a la categoría activada, el perceptor da por buena su reacción inicial.
4. *Etapas 4.* Si, por el contrario, la categoría no confirma las nuevas informaciones, el perceptor busca nuevas categorías, subtipos, ejemplares..., hasta hallar aquel que mejor se ajuste. Esto es, se produce una etapa de recategorización.
5. *Etapas 5.* Si la recategorización realizada en la etapa anterior siguiera siendo poco útil o irrelevante para interpretar a la persona, el perceptor se verá obligado a procesar la información procedente de ella, elemento a elemento. Esto es, tratando al individuo como si fuera un sujeto único, singular, e incorporando a la formación de impresiones sus características personales.

Figura 5.2: Representación del Modelo secuencial sobre percepción social.



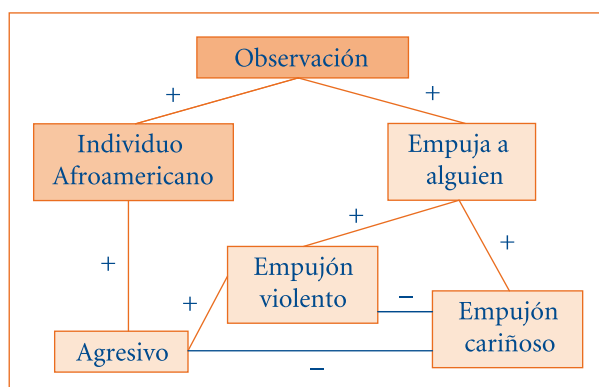
Fuente: Fiske y Neuberg (1990). Adaptada de Riley y Fiske (1991).



El Modelo de procesamiento en paralelo sobre percepción social de Kunda y Thagard

Una ilustración de los modelos de procesamiento en paralelo es el propuesto por Kunda y Thagard (1996). Éste es un modelo configurado por nodos que simbolizan rasgos, conductas, personas..., en una estructura reticular cuyas conexiones representan la conductividad de la activación de los distintos nodos. La construcción de una impresión significativa sería similar a una reacción en cadena. En la Figura 5.3 se ejemplifica un segmento de la representación que produciría la observación de una conducta en la que una persona de origen afroamericano empuja a alguien y el perceptor es un blanco de origen europeo.

Figura 5.3: Representación de un segmento del patrón de activación producido por una persona de origen afroamericano que empuja a alguien, según un Modelo de percepción social.



Fuente: Kunda y Thagard (1996).

Los rectángulos de la figura representan los nodos de información y las líneas que los unen simbolizan el potencial excitatorio que tienen unos nodos sobre otros. Las líneas gruesas con un signo positivo indican una alta conductividad, mientras que las líneas delgadas con signo negativo indican potencial inhibitorio.

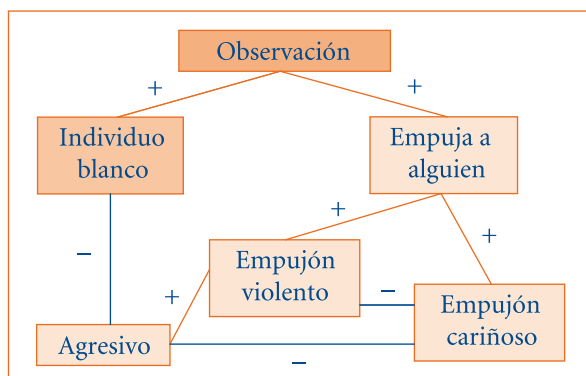
Así, por ejemplo, cuando un perceptor blanco de origen europeo observa la conducta “empujón”, se activan varios significados (por ejemplo, empujón violento, empujón jovial...), y el perceptor escogerá uno en función del nivel de activación de cada significado posible.

Centrémonos ahora en quién es la persona que realiza la conducta. En nuestro ejemplo, la persona que realiza la conducta es de origen afroamericano, por lo que el rasgo “agresivo” del estereotipo que mantiene el perceptor blanco de origen europeo sobreexcitará el nodo “empujón violento”, de modo que “empujón violento” recibirá una doble activación, la procedente de “agresivo” y la procedente de “empujar a alguien”.

En síntesis, cuando una persona de origen afroamericano empuja a alguien, el patrón de activación que se produce hace muy probable que se interprete que dicha persona ha dado un empujón violento.

Veamos ahora en la Figura 5.4 qué ocurre en el modelo, si la persona que empuja es blanca.

Figura 5.4: Representación de un segmento del patrón de activación producido por una persona blanca que empuja a alguien según un Modelo de percepción social.



Fuente: Kunda y Thagard (1996).

En la Figura 5.4 se observa que el patrón de activación que se deriva de la conducta empujar a alguien es idéntico al que se producía en el caso anterior. Sin embargo, el patrón de activación que se produce cuando el actor es un individuo blanco no es similar, y esto va a dar lugar a una interpretación completamente diferente.

Concretamente, cuando es un individuo blanco el que realiza la conducta de empujar, no se activa el nodo agresivo, y esto dará una probabilidad similar de activación a “empujón cariñoso” y a “empujón violento”. Pero, seguramente, los rasgos estereotípicos positivos atribuidos al blanco romperían ese equilibrio a favor de la interpretación más positiva. Por tanto, es muy probable que, cuando es un individuo blanco el que da el empujón a alguien, se interprete como un empujón cariñoso.



Foto de familia.
Ziva Kunda
Universidad de Waterloo, Ontario,
hasta su muerte, en 2004 y
Paul Thagard
Profesor de filosofía en la misma
universidad, con sus dos hijos.

Para Kunda y Thagard (1996), la interacción entre la información nueva y la vieja, es decir, entre el procesamiento abajo-arriba y arriba-abajo, tiene lugar de la siguiente forma:

1. En primer lugar, se procesa la información entrante (por ejemplo, veo a un hombre empujar a alguien). No toda la información disponible sobre el estímulo (información sobre el hombre, sobre su conducta, sobre el contexto en que tiene lugar, ...) se activa y emerge a la conciencia. Es posible que el perceptor sólo active la información relativa a la pertenencia grupal de la persona (por ejemplo, que es hombre y no mujer, o que es blanco y no afroamericano). Pero también es posible que sólo recupere la información personalizada que tiene de interacciones pasadas con esa persona (por ejemplo, si la hemos visto anteriormente por la calle). La activación de una u otra dependerá de la saliencia contextual de la información, la singularidad interpretativa de la conducta observada (una conducta como empujar a alguien es suficientemente llamativa y deja poco espacio a la ambigüedad y a la calificación de la persona), las informaciones previamente activadas por el perceptor, las metas o motivos del perceptor y el grado en que esa información sea capaz de dar significado a la situación.
2. Ahora bien, una vez se activa una categoría “aplicable” a la persona (por ejemplo, la persona es afroamericana), se bloquea el proceso de búsqueda de categorías relevantes alternativas. Esto abre la posibilidad de que el perceptor escoja categorías inadecuadas sencillamente porque sean más accesibles que las adecuadas.
3. Y, finalmente, una vez activada la información categorial sobre la persona (la persona que empuja es afroamericana vs. blanca), esta activación se difundirá a un número variable de conceptos o términos que se hallan asociados a dicha categoría (por ejemplo, estereotipos, expectativas...), lo que, a su vez, producirá un incremento o reducción del nivel de activación de los asociados dependiendo de si los vínculos son excitatorios o inhibitorios.

Por tanto, según este proceso, lo que determina el significado de una conducta no está en el estímulo, sino en los asociados con mayor potencial excitatorio. Además, no toda la información activada se integra en una imagen significativa. El proceso de activación-inhibición, que incluye inferencias, si estas son necesarias, tiene lugar en varios ciclos hasta que el sistema alcanza un estado parsimonioso de alta significación para el perceptor.



El proceso es similar a lo que ocurre cuando queremos encajar las dos mil piezas de un rompecabezas.

Pueden transcurrir horas mientras intentamos ensamblar todas las piezas, mirando las diferentes formas, haciéndolas girar, rotándolas para ver si encajan... el final no parece llegar y, de repente, todas las piezas cobran significado, lo vemos todo claro y el proceso termina con todas las piezas perfectamente encajadas.

Para Kunda y Thagard (1996), todos estos pasos tienen un carácter automático aunque, en muchas ocasiones, se realizan de modo controlado e intencional, especialmente

cuando el perceptor no llega a una comprensión coherente de la información, cuando la información entrante es sorprendente o cuando los perceptores están motivados a obtener una comprensión más exacta del estímulo.

En síntesis, tanto los modelos secuenciales como los de procesamiento en paralelo, atribuyen al conocimiento esquemático y, concretamente, a la información categorial, una función importante en el proceso perceptivo. Esta es la principal herramienta que proporciona significado y orden al mundo. Pero, también, ambos modelos atribuyen una función, no menos trascendente, a la motivación como herramienta de innovación y de verificación de expectativas, dotando al perceptor de los recursos cognitivos necesarios para elaborar diseños novedosos y significativos de la realidad.

Así, ambos modelos son ilustraciones perfectas de la Primera Hipótesis de la Cognición social que hemos desarrollado, según la cual, las conductas que las personas realizamos son el resultado de la interacción entre conocimiento previo e información nueva.

5.4 El papel del procesamiento elaborado y el pensamiento lógico en la racionalidad humana

La Segunda Hipótesis que defiende la Cognición social es que la racionalidad humana no es producto de la lógica, sino del uso de estrategias de procesamiento que potencian su capacidad adaptativa.

Nuevamente, la afirmación que hace la Psicología de la Cognición social contradice la creencia que tiene la mayoría de las personas, según la cual el ser humano se diferencia de los animales por la inteligencia y el lenguaje, y que las decisiones se sustentan en leyes racionales. Incluso los psicólogos creían hasta hace bien poco que, excepto en los casos de demencia, la racionalidad constituía la premisa fundamental del pensamiento humano, por lo que la Psicología debía explicar únicamente los actos irracionales, especialmente los sueños, los síntomas neuróticos y los defectos del carácter.

Sin embargo, hoy sabemos que los recursos de cómputo son limitados y que el ser humano piensa y decide de acuerdo con “reglas de andar por casa”, estrategias domésticas que le sirven para manejar eficaz y adaptativamente toda la información del medio. Pero, ¿cuáles son estas estrategias?

La reducción de la información procesada

La primera estrategia consiste en reducir la cantidad de información que se procesa. Pero, ¿cómo se lleva a cabo dicha reducción? Una de las formas que más se ha investigado es la de atender a menos información.

Esta selección no se hace al azar, ya que los sentidos no actúan como máquinas registradoras de porciones aleatorias de la realidad. Al contrario, se lleva a cabo dirigiendo la atención a aquellos aspectos de la situación que resultan subjetivamente diagnósticos de la realidad. En este sentido, la atención humana es dependiente del contexto, ya que atiende a aquellos estímulos que son distintivos o salientes, como consecuencia de su interacción con la situación y con las motivaciones idiosincrásicas del perceptor.

Hay tres situaciones, bien estudiadas por la Cognición social, en que esto ocurre:

RECUADRO: Situaciones en que los estímulos son distintivos o salientes.

1. Cuando los estímulos destacan sobre otros estímulos por reflejar propiedades perceptivas como brillo, complejidad, movimiento, o cualquier otra cualidad que sobresalga respecto a los otros estímulos.

Un ejemplo bien investigado de contraste con el contexto inmediato es el fenómeno del “estatus solo” (Taylor y cols., 1978). Así, una mujer en un grupo de hombres o un hombre en un grupo de mujeres, un estudiante en una reunión de profesores o un profesor en una reunión de estudiantes, atraerá la atención de los perceptores.



2. Resultan distintivos aquellos estímulos que contrastan con el conocimiento previo y las expectativas que la persona tiene en la situación. Cuando un estímulo particular no encaja con el conocimiento previo o contradice las expectativas, el estímulo resulta más distintivo y llama más la atención que cuando encaja con el conocimiento previo de la persona.
Por ejemplo, si usted va a un examen y el profesor o la profesora aparece en bañador, es muy probable que llame más su atención que si va vestido formalmente.
3. Un estímulo es distintivo si es relevante para las metas de la persona.
Por ejemplo, las personas prestan más atención a una persona si ésta es su jefe, o si debe viajar junto a esa persona las próximas 20 horas.

En síntesis, desde la Psicología de la Cognición social se afirma que las personas no prestan atención a todos los estímulos, sino que la desvían a aquellos que son salientes. Sólo estos recibirán más procesamiento y, en consecuencia, se recordarán mejor e influirán más en los juicios sociales.

El empleo de heurísticos

La segunda estrategia para manejar eficazmente el gran cúmulo de información que hay que procesar es reducir los recursos de procesamiento mediante el empleo de reglas simples de tratamiento de la información.

Dado que los seres humanos vivimos en un escenario que exige, por un lado, atender simultáneamente a distintas informaciones y, por otro, evitar, en lo posible, una sobrecarga de la capacidad de procesamiento que pueda anular la habilidad para responder a estímulos inesperados, es preciso que empleemos atajos para procesar la información.

Precisamente, los *heurísticos* son un ejemplo de algoritmo simple o regla de andar por casa, que funcionan de modo parecido a contar con los dedos o medir una distancia contando los pasos. Obviamente, así los juicios se desvían moderadamente de la respuesta más lógica pero, en términos de tiempo-precisión, resultan altamente adaptativos.

Por ejemplo, imagine que decide trasladar su residencia a Santa Cruz de Tenerife y que es usted un amante de la buena cocina. ¿Cómo averiguaría cuál o cuáles son los mejores restaurantes?

La estrategia más rigurosa le obligaría a comer en cada uno de los restaurantes de Santa Cruz de Tenerife y su entorno, y a partir de su experiencia hacer una evaluación. Otra estrategia algo menos costosa es adquirir una guía fiable de restaurantes de la isla y desechar aquellos que obtienen menos de tres tenedores. Ciertamente, el uso de esta guía es una respuesta menos exacta a su inquietud gastronómica, ya que es posible que algunos restaurantes de dos tenedores sean fantásticos y queden desechados sin la mínima oportunidad y, lo que es peor para su bolsillo, que restaurantes de tres tenedores le decepcionen. Con todo, sin embargo, su evaluación final estará muy próxima a la que hubiese obtenido con el procedimiento riguroso y pormenorizado. Pues bien, esa guía es una regla de andar por casa, no es exacta pero ahorra tiempo, dinero y perjuicios importantes desde el punto de vista de la eficacia.

Aunque hay un sinnúmero de reglas o heurísticos (se puede encontrar una lista exhaustiva en la dirección de Internet que se presenta en las lecturas complementarias), la Psicología cognitiva ha realizado un importante esfuerzo de elaboración con tres de ellas que vamos a detallar a continuación.

El heurístico de disponibilidad

Hay muchas situaciones en la vida que requieren que se contrasten dos situaciones (¿es más cara la vida con el Euro que con la peseta?), que se haga algún tipo de razonamiento inferencial (¿encontraré trabajo cuando termine de estudiar?), o que se evalúen riesgos (¿es seguro el avión como medio de transporte?). Es decir, situaciones en las que hay que estimar la frecuencia o probabilidad de un suceso. En todos estos casos, hay datos suficientes para hacer un cómputo formal como, por ejemplo, contrastando el coste de la vida antes del 2002 y después de esa fecha, comprobando la tasa de paro de los licenciados en los últimos meses y haciendo proyecciones para el futuro, o comparando las cifras de accidentalidad de los diferentes medios de transporte.

No obstante, lo habitual es que el ser humano dé respuestas rápidas basadas en la facilidad con que la información viene a la mente. Ciertamente, el lego está convencido de que si una información viene rápidamente a su mente es porque tiene almacenadas muchas informaciones del mismo tipo y, sin embargo, la investigación muestra que esto no es así y que hay, al menos, cinco razones por las que las informaciones vienen más fácilmente a la mente:

RECUADRO: ¿Qué informaciones nos vienen a la mente más fácilmente?

- Aquéllas que hemos procesado más recientemente. Así, si ante la cuestión de la carestía de la vida en España, lo primero que le viene a la mente es lo que le ha costado la compra semanal hace unos días en Euros y no la realizada antes del 2002, en pesetas, lo más probable es que considere que ahora la vida es más cara.
- Aquellas informaciones que ocupan un lugar privilegiado en el sistema de organización de la información. Por ejemplo, los conceptos, grupos, marcas..., las organizamos de modo similar a los libros en una biblioteca. Esto hace que sea más fácil recordar ciertos rasgos estereotípicos cuando pensamos en un grupo, más fácil recordar una marca concreta cuando pensamos en cierto tipo de productos, y más fácil recordar ciertos ejemplares cuando pensamos en una categoría.
- Aquellos eventos que conocemos por experiencia personal más que los que conocemos a través de una tercera persona. Por ejemplo, si me preguntan por los títulos de las películas de Clint Eastwood es más probable que recupere antes aquellas que he visto que las que, según he leído en alguna parte, él ha protagonizado.

Continúa

- Aquellas informaciones o eventos que nos han producido una emoción intensa, son espectaculares, o han cristalizado una imagen. Por ejemplo, actos terroristas como el 11-M en Madrid, o el 11-S en Nueva York, son muy accesibles por la intensidad de las emociones que suscitaron, la espectacularidad de las imágenes vistas en televisión y la explosión de representaciones virtuales imaginables que se derivan de esas informaciones.
- Recordamos más las informaciones concretas que las abstractas. Por ejemplo, la imagen de la energía nuclear está mejor representada en la explosión de una bomba atómica que en la fórmula que expresa una reacción en cadena en la que el núcleo de los átomos del uranio 235 se divide liberando energía, y los neutrones provocan que otros núcleos también se dividan y liberen más energía, y los neutrones...

En gran medida, el *heurístico de disponibilidad* se apoya en la inversión de un supuesto fundamental de los modelos asociativos de memoria. Si, de acuerdo con estos modelos, cuanto más frecuentemente aparezcan juntos dos estímulos más fácil es que una información relativa a un estímulo recupere la información relativa al segundo, lo que se produce en el heurístico de disponibilidad es que, cuanto más fácilmente un estímulo recupera un evento de la memoria, más se tiende a pensar que hay muchos eventos como ése relacionados con aquel estímulo.

El heurístico de representatividad

Hay muchas situaciones en la vida que requieren que se categorice a personas (la persona que vi en el hospital, ¿es médico o enfermera?), o que se haga algún tipo de razonamiento inductivo (el alumno que hizo bien las prácticas, ¿aprobará la asignatura?). Es decir, juicios sobre categorías. En estos casos, las personas, en lugar de emplear datos estadísticos (¿qué porcentaje de profesionales sanitarios en un hospital son médicos y qué porcentaje son enfermeras?; ¿qué tanto por ciento de alumnos que superan las prácticas han aprobado la asignatura en años anteriores?), se apoyan habitualmente en criterios superficiales de similitud y, consiguientemente, basan sus juicios en el grado en que el estímulo o la situación representan las características esenciales de la categoría de origen.

Esto es, la regla que ayuda a decidir es que, cuanto más típico es un caso concreto respecto a un modelo, mayor es la probabilidad subjetiva de que el caso pertenezca al modelo y, por tanto, más probable que la persona asigne el caso a esa categoría. Por ejemplo, si la persona a la que vi en el hospital llevaba gafas y muchos bolígrafos en el bolsillo de la bata, es muy probable que crea que es médico y no enfermera, pese a que hay más enfermeras que médicos en un hospital. ¿Por qué este razonamiento es tan ajeno a la lógica estadística? La respuesta está en que una mujer con gafas y muchos bolígrafos en el bolsillo de la bata se asemeja más al estereotipo que tengo de médico que al de enfermera.

Al aplicar el *heurístico de representatividad*, las personas deciden que un objeto pertenece a una categoría particular a partir de una evaluación grosera de la similitud entre objeto y categoría, cuando el procedimiento lógico sería comprobar si el objeto reúne algunas de las características definitorias de la categoría.

Pero el heurístico de representatividad no limita su acción a las categorías en su sentido más riguroso, sino que se extiende desde categorías específicas (por ejemplo, gitano), a conjuntos tales como muestras (por ejemplo, mil personas), entidades básicas (por ejemplo, ciudadanos), efectos (por ejemplo, dolor de cabeza), o causas (por ejemplo, beber en exceso), y todos aquellos juicios que requieran saber en qué medida un caso concreto representa un modelo abstracto.

Así, las personas tienden a considerar que el número 48.297 tiene más probabilidades de salir premiado en el sorteo de la Lotería Nacional que el número 12.345, a pesar de que ambas secuencias son igualmente probables. Sin embargo, la falta de orden de la primera secuencia es más representativa de una categoría de eventos azarosos que la segunda, que representa una secuencia ordenada. El razonamiento, quizá no consciente, que subyace es que, dado que hay más secuencias no ordenadas que ordenadas, la secuencia no ordenada es más probable que la otra. Obviamente, este razonamiento es erróneo, pues no tiene en cuenta que se trata de una secuencia no ordenada *concreta*, por lo que no tiene mayores probabilidades de ocurrir que cualquier secuencia ordenada.

No obstante, aunque el heurístico de representatividad es muy adaptativo y sus respuestas son aproximaciones rápidas a la realidad, hay contextos en los que proporciona una respuesta equivocada. Este es el caso de la falacia de la “conjunción” (Abelson y Gross, 1987; Leddo, Abelson y Gross, 1984; Tversky y Kahneman, 1983), que se define en el Cuadro 5.3 y se ilustra gráficamente en la Figura 5.5.

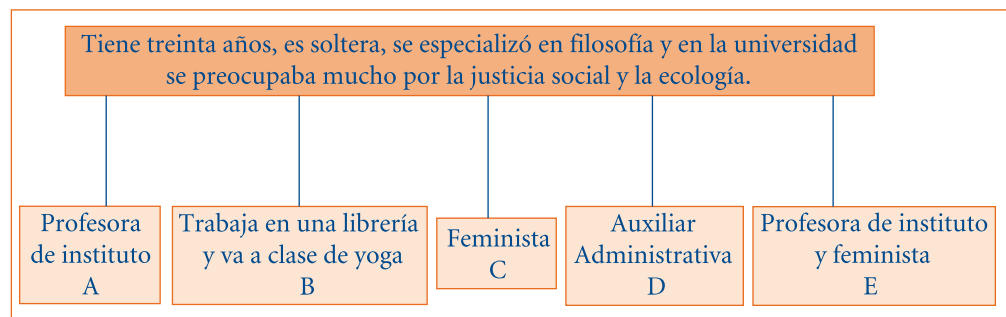
Cuadro 5.3: La falacia de la “conjunción”.

Se entiende por falacia de la “conjunción” una trasgresión típica de la ley probabilística según la cual, si un suceso A incluye el suceso B, la probabilidad de B no puede ser mayor que la de A.

Ejemplo: la probabilidad de que alguien esté estudiando filología francesa (B), no puede ser mayor que la probabilidad de que la persona esté estudiando filología (A), ya que A es una descripción más general que contiene el caso específico de B.

Imagine el caso siguiente: usted se entera de que su nueva vecina tiene treinta años, es soltera, se especializó en Filosofía y en la universidad se preocupaba mucho por la justicia social y la ecología. Con estas informaciones, usted se hace una representación de su vecina y cuando lo comenta con sus amigos cada uno hace una conjetura sobre ella. Su amigo A dice que la vecina es, seguramente, profesora de instituto; su amiga B dice que lo más seguro es que trabaje en una librería y vaya a clases de yoga. Su amiga C sugiere que es feminista; su amigo D dice que, seguramente, es auxiliar administrativa y, finalmente, su amigo E apuesta que es profesora de instituto y feminista. Esto es lo que ilustra la Figura 5.5.

Figura 5.5: La falacia de la “conjunción” ilustrada.



La investigación sobre la falacia de la “conjunción” muestra que, si usted tuviera que decidir entre A (es profesora de instituto), y E (es profesora de instituto y feminista), tendería a escoger E.

Aunque su opinión no es lógica, ya que hay más mujeres profesoras de instituto que profesoras de instituto y feministas, el error se debe a que el ajuste entre el estereotipo categorial conformado tras la descripción de la vecina y la conjetura de E (es profesora de instituto y feminista) es mayor que entre el estereotipo y la conjetura de A (es profesora de instituto). Se trata, por tanto, de un error que se produce porque las personas, cuando concluyen que un elemento es representativo de un grupo, no tienen en cuenta otras probabilidades o posibilidades reales.

El heurístico de ajuste y anclaje

Este heurístico ayuda a las personas a dar juicios cuantitativos en ámbitos relativamente inciertos, empleando un punto de referencia implícito o explícito (el anclaje), y realizando subsiguientes ajustes hasta llegar a una estimación final.

Por ejemplo, “¿cuántos alumnos tiene la UNED este año?” Su respuesta a esta pregunta será diferente si yo la apostillo con la cuestión “¿cree usted que tiene más o menos de 20.000?”, o con la cuestión “¿cree usted que tiene más o menos de 100.000?” Lo más probable es que su estimación en el primer caso sea bastante más baja que en el segundo caso, y que ambas se hallen lejos de la cifra real (aproximadamente 230.000 alumnos), ya que lo habitual es no alejarse demasiado de la cifra inicial propuesta.

Este fenómeno se denomina *efecto de ajuste y anclaje*. Al elegir un número, se tiende a escoger uno cercano a los que se han presentado inicialmente o, si se trata de una escala, cercano al punto medio.

Este efecto tiene consecuencias similares a las observadas por Sherif (1936), con el *efecto autocinético*. Cuando los perceptores no tienen un marco de referencia que les ayude a elaborar una respuesta significativa a un entorno ambiguo, se dejan llevar por las primeras informaciones que sirven como puntos de anclaje. Por ejemplo, a la pregunta “¿cuál cree usted que es el precio de una alfombra persa Kashan de 324 x 210 cm, de lana, color teja con decoración de grandes flores en tonos tostados y beige, y orlada por cinco grecas decorativas de similares motivos?”, a menos que usted sea un experto no sabrá qué decir, pero suponga que hacemos la misma pregunta a un grupo de varias personas reunidas en torno a una mesa. En este caso, lo más probable es que la primera estimación que se hace en el grupo (imaginemos que es en torno a 900 Euros) influya fuertemente en las siguientes (800, 1.200, 1.500, 850, ...).

La causa del efecto de anclaje muestra la funcionalidad que tienen las hipótesis en la comprensión de la realidad. Cuando se parte de un número, aunque éste venga de una ruleta o de una conjetura, se le adopta como hipótesis de trabajo y, aunque uno se separe de él, generalmente en la dirección correcta, esta separación no suele ser muy grande (Sutherland, 1992/1996). La desventaja de este heurístico reside en que los juicios son distintos en función de esa cifra inicial que, en muchos casos, no tiene nada que ver con el valor real correspondiente.

El conocimiento de este sesgo es muy importante para los científicos sociales ya que es una fuente de imprecisión en los estudios de opinión. Por ejemplo, es bien sabido que las personas cuando responden a una escala se hallan influidos por los dos extremos y tienden a responder el punto medio. Consecuentemente, si pedimos a los entrevistados que nos indiquen el número de veces al mes que emplean los servicios públicos sobre una escala que va de 0 a 20 con seguridad marcará una cifra menor que si la escala de respuesta cubre un rango de 0 a 100.

RECUADRO: ¿Pueden los sesgos ser adaptativos? (Elena Gaviria Stewart).

Si nuestra mente es tan imperfecta y nos hace cometer tantos errores, ¿cómo hemos podido llegar hasta aquí sin morir en el intento? La respuesta quizá esté en la distinción entre perfección y eficacia.

La perspectiva evolucionista parte de la premisa de que, dado que somos una especie eminentemente social, necesitamos que nuestros juicios interpersonales sean lo suficientemente válidos como para habernos permitido sobrevivir y reproducirnos desde los tiempos de nuestros ancestros. Esta forma de entender la Cognición social coincide plenamente con la que se adopta en este capítulo, y se diferencia de la perspectiva mantenida hasta hace poco por la Psicología social, más interesada en detectar y analizar los sesgos y errores que plagan nuestra defectuosa mente.

Los evolucionistas consideran que la existencia de esos errores y sesgos no se debe a defectos de diseño: no es de esperar que miles de años de evolución social sólo produzcan un aparato psicológico propenso a una mala percepción social, a errores de juicio y a una conducta interpersonal inadaptada. Pero tampoco es necesario que nuestra mente haya sido diseñada por la evolución para perseguir ciegamente la lógica y alcanzar la verdad, sino para ayudarnos a actuar de forma que podamos asegurar nuestra supervivencia y la propagación de nuestros genes.

Además de un diseño mental defectuoso, puede haber otras causas para los sesgos cognitivos puestos en evidencia por los psicólogos sociales. En algunos casos, pueden deberse a las características de los estudios experimentales, que exponen a los participantes a situaciones muy poco naturales y a tareas muy poco relevantes para ellos, además de emplear lo que se conoce como el *paradigma del error*, que hace muy fácil detectar los errores pero casi imposible detectar los juicios acertados.

Otra causa, ampliamente desarrollada en este capítulo, es el empleo de heurísticos; es decir, atajos mentales o soluciones rápidas a problemas que se nos plantean cuando tenemos limitaciones de tiempo, de capacidad de procesamiento o de información. Aunque a veces dan lugar a decisiones o juicios erróneos, lo cierto es que la mayoría de las veces funcionan. Si no fuera así, no serían adaptativos y no habrían persistido como característica de la cognición humana.

Pero también a veces los sesgos son útiles porque nos impiden incurrir en errores más graves. Es decir, la selección natural habría favorecido un sesgo hacia los errores menos costosos en cada situación. Esto es lo que propone la *Teoría del manejo del error*, formulada por Haselton y Buss (2000, 2003; Haselton y Nettle, 2006): siempre que los costes de diferentes errores en un determinado ámbito hayan sido asimétricos de forma constante a lo largo de la historia evolutiva de nuestra especie, habrán evolucionado adaptaciones para formar juicios o tomar decisiones que sesguen las inferencias hacia el error menos costoso.

Por ejemplo, imaginemos que tenemos que estimar el tiempo que tardará un objeto que se aproxima a nosotros en hacer impacto. Podemos cometer dos tipos de errores: sobreestimación o subestimación. Es fácil entender cuál de los dos errores sería más costoso en caso de que el objeto fuera real y, además, pesado. Pues bien, este sesgo hacia la subestimación ha sido confirmado en las investigaciones sobre percepción auditiva y, además, sólo se produce cuando el sonido se aproxima, no cuando se aleja (Neuhoff, 2001).

Para ilustrar su teoría, Haselton y Buss recurren a dos ejemplos relacionados con la comunicación en situaciones de cortejo. El primero es el sesgo que presentan los hombres en interacciones breves con miembros del otro sexo. Este sesgo, descubierto por Abbey (1982), hace que los hombres sobreestimen el interés sexual de las mujeres en esos encuentros. Según Haselton y Buss, el subestimar ese interés podría llevar a los hombres a perder oportunidades, y ese error sería más costoso desde el punto de vista reproductivo (al menos, lo habría sido para nuestros ancestros) que el de hacerse falsas ilusiones y perder algo de tiempo y esfuerzo en un cortejo inútil. En cambio, las mujeres no muestran ese sesgo (ellas no ganan nada con exagerar el interés sexual de los hombres), sino otro complementario: infravaloran el interés mostrado por los hombres en formar relaciones duraderas. Este escepticismo supone un posible error que habría sido mucho menos costoso para nuestras antepasadas que fiarse ciegamente de cualquier promesa y arriesgarse a ser abandonadas y perder a su descendencia.

Continúa

Esta forma de analizar los sesgos aporta una explicación sobre su ubicuidad y su orientación sistemática en una dirección determinada, y, como ocurre con todas las propuestas planteadas desde un enfoque evolucionista, se fija más en la utilidad que en la corrección lógica. El mismo término “error” implica una desviación de un juicio que debería ser correcto, como si lo esperable fuera que no cometiéramos ninguna equivocación. Según los psicólogos sociales evolucionistas, este planteamiento no contribuye mucho a entender por qué la mente humana funciona como lo hace. En el fondo, el ser humano ha llegado hasta aquí por ser “eficaz”, no por ser “perfecto”.



Martie Haselton
Universidad de California en Los Ángeles



David Buss
Universidad de Texas en Austin

El uso de estructuras de conocimiento ya almacenadas

La tercera estrategia para superar las limitaciones en la capacidad de procesamiento es reducir las demandas de procesamiento mediante el uso de los conocimientos previos. Si el ser humano tuviera que elaborar cada uno de sus juicios sobre eventos, personas o cosas con las informaciones que recibe del exterior después de procesarlas, organizarlas, integrarlas con las informaciones previas para darles significado y, posteriormente, memorizarlas, no tardaría en sucumbir a la desesperación.

Una fórmula más adaptativa es confiar razonablemente en los conocimientos, creencias y actitudes que hemos aprendido de experiencias previas. Esos conocimientos, creencias y actitudes no se hallan almacenados de modo errático, sino formando densas estructuras relacionadas entre sí a modo de una extensa retícula. Obviamente, esas estructuras no son reales, ni tienen correspondencia con el sistema nervioso, sino que son modelos teóricos sobre la organización de la información almacenada, que se han conjeturado tras la observación de distintas pruebas de laboratorio y casos clínicos como el de G.R., resumido en el Cuadro 5.4, que ayudan a comprobar que los recuerdos en la memoria están entrelazados en una urdimbre similar a un enorme tapiz (Lucchelli, Muggia y Spinnler, 1995).

Cuadro 5.4: La organización de los recuerdos en la memoria.

G.R., un italiano de sesenta y siete años, que contaba con extraordinarias dotes artísticas, se despertó la mañana del 19 de marzo de 1992 presa de una gran confusión mental. No podía mover el brazo derecho, hablaba con dificultad y no lograba acordarse de su pasado ni de su propia identidad. Fue ingresado a toda prisa en un hospital, donde le diagnosticaron una apoplejía con daños importantes en el tálamo izquierdo del cerebro. Después de ese día, G.R. no lograba recordar su profesión, ni reconocía los cuadros que había pintado. Su amnesia retrógrada le impedía traer a la mente ningún incidente concreto de su vida antes de la apoplejía y tampoco recordaba con coherencia lo que le ocurría en su vida cotidiana.

Continúa

De forma extraordinaria, un año después de la apoplejía, G.R. fue sometido a una intervención quirúrgica con anestesia local y, mientras G.R. permanecía despierto en la mesa de operaciones y el cirujano hurtaba en su pecho para ponerle un marcapasos, recordó con claridad que había pasado por una situación similar veinticinco años atrás, cuando le operaron de una hernia. En cuestión de pocos segundos recordó otros aspectos de la operación anterior. Al cabo, su mente nadaba en un turbio mar de recuerdos, mientras su vida pasada regresaba a su conciencia en un torrente de imágenes y pensamientos. Abrumado por lo que denominó una “catarsis” de rememoración, G.R. apenas pudo hacer otra cosa que hablar sobre su pasado durante los días que siguieron. Sus recuerdos, caóticos al principio, pronto se reordenaron siguiendo una cronología coherente. A fuerza de seleccionar y dar sentido a aquella inmensa colección de incidentes desde distintos momentos de su historia, G.R. terminó sintiéndose como el ser que había sido antes de la apoplejía (Schacter, 1999).

Los modelos que vamos a comentar son todos compatibles con ese torrente de información que brinda la mente humana, de modo similar a lo que ocurrió en el memorable episodio de Marcel Proust (1913/1998), el célebre escritor francés, a quien el olor y el sabor de la magdalena desencadenaron un torrente de remembranzas de la niñez. Sin embargo, se diferencian unos de otros en el grado en que consideran el conocimiento como algo estable (modelos asociativos y esquemas), o dinámico (Modelo de ejemplares y de procesamiento en paralelo).

A continuación, desarrollamos brevemente cada uno de estos modelos.

Los modelos asociativos



Un modo de entender la organización de la información y la activación de representaciones mentales es imaginando una retícula en la que cada nodo en la red constituye un concepto, un atributo, o una evaluación.

Cada uno de estos nodos se hallaría conectado a otros nodos de una manera significativa. La fuerza de los vínculos que unen entre sí los nodos variaría de unos a otros, de modo similar a la conductividad eléctrica entre estaciones que se hallan a distinta distancia y con diferentes obstáculos. Esta concepción de estructuras de conocimientos se aplica a fenómenos cognitivos como los estereotipos y las actitudes.

En concreto, los estereotipos tienen la forma de una red de asociaciones entre una categoría social que ocupa el nodo central (por ejemplo, los andaluces, o cualquier otro grupo regional o autonómico), y un conjunto de nodos que representan los atributos que caracterizan a los miembros del grupo (por ejemplo, alegres, habladores, ruidosos...). Cuando el perceptor se encuentra con un andaluz (u otra persona perteneciente a un grupo regional o autonómico), la activación categorial se difunde hacia los nodos asociados que, al hacerse conscientes, influyen en las impresiones y reacciones subsiguientes.

Los esquemas

Otra forma de entender la organización de la información es como formulaciones bien empaquetadas y “listas para consumir”. Por ejemplo, el conocimiento de la cara humana incluye los distintos elementos anatómicos, pero también un conjunto de reglas sobre las relaciones espaciales, lógicas y hasta causales entre los elementos (por ejemplo, la nariz debe estar encima de la boca, los ojos deben estar separados...). Además, la información esquemática constituye una abstracción sustentada en numerosas experiencias (por ejemplo, el esquema de una cara es el resultado de ver muchas caras).



Los *esquemas* se activan espontáneamente en las situaciones en que son relevantes, y esta activación, a diferencia de los modelos asociativos en que algunos nodos en una red pueden estar activos mientras los otros no, significa que, si alguna parte del esquema se activa, también se activará el resto. El formato de representación esquemático se ha aplicado en una gran variedad de dominios como, por ejemplo, esquemas de rol, esquemas personales, esquemas de eventos, esquemas de identidad, esquemas de género (para una evaluación, véase Fiske y Taylor, 1991), categorías, guiones (*scripts*) y mapas cognitivos.

Los ejemplares

Una forma diferente de entender la organización de la información es a través de representaciones específicas de ejemplares individuales de categorías. En lugar de recuperar retículas de conceptos o generalizaciones precocinadas, los perceptores recuperan y usan conjuntos de experiencias previas concretas para dirigir el procesamiento de la información social. En los formatos de representación analizados en apartados anteriores, la categoría “gallego” estaría almacenada, bien como un concepto genérico, “gallego”, y vinculado a ese concepto con diferentes grados de fuerza un conjunto de atributos (*modelo asociativo*), o bien como un conjunto conceptual empaquetado, que incluiría las relaciones entre todos los elementos (*esquemas*).

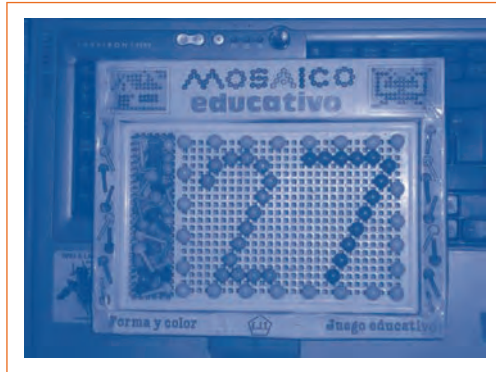
En cambio, en el *modelo de ejemplares* no hay una representación genérica o abstracta de “gallego”, sino una multitud de gallegos específicos, resultado de las múltiples experiencias con gentes originarias de Galicia, tal como fueron percibidos por el perceptor. Si surgiera una demanda que exigiera una afirmación general sobre “los gallegos”, el perceptor recuperaría los ejemplares relevantes en ese momento, y su juicio reflejaría las características de dichos ejemplares. Por tanto, ante una demanda conceptual podrían activarse varios ejemplares simultáneamente y, una vez activados, todos ellos podrían, en alguna medida, influir en los juicios y conductas posteriores. El modelo de ejemplares aporta mucha flexibilidad a las representaciones mentales ya que, en función de las señales de recuperación en cada contexto, puede generar tanto un juicio genérico, al igual que los modelos esquemáticos, como juicios basados en diferentes ejemplares activados.



Rodolfo Valentino y Antonio Banderas, dos ejemplares representativos de la categoría “latin lover”

Modelos de memoria distribuidos en paralelo

Otro modo de entender la organización de la información es como pautas de activación de un conjunto de unidades de procesamiento de bajo nivel, de modo parecido a una pantalla de televisión de la que surgen diferentes imágenes siguiendo una pauta de actividad eléctrica. A diferencia de los nodos del modelo asociativo, los *píxeles* individuales no expresan una información significativa aunque, de acuerdo con una pauta de activación determinada, pueden dar lugar a una representación que sí lo sea. Además, del mismo modo que los *píxeles* en una pantalla de televisión, las mismas unidades de procesamiento están involucradas en diferentes representaciones: el significado nunca reside en las unidades de procesamiento en sí mismas consideradas, sino en la pauta conjunta de actividad.



Según esta visión, las representaciones son estados momentáneos en vez de constructos estables y no se guardan y recuperan, sino que son construidas y deconstruidas siguiendo pautas activadas por determinadas señales ambientales relevantes. Aunque este Modelo de estructura no tiene aún la difusión e implementación necesaria en la Psicología social, su potencial teórico es cada vez más importante (por ejemplo, en la atribución, la disonancia cognitiva, y la percepción personal, véase Read y Millar, 1998). Así, cuando desarrollamos la Primera Hipótesis de la Cognición social, en la que presentamos los modelos duales de integración de la información, desarrollamos el Modelo sobre percepción social de Kunda y Thagard (1996), que es un buen ejemplo de *Modelo de procesamiento distribuido en paralelo*.

Todas las estructuras de conocimiento ya almacenadas que hemos desarrollado reducen considerablemente el esfuerzo cognitivo, aunque eso significa que destinan de manera prioritaria los recursos empleados a la confirmación de las creencias previas. En otros términos, la activación de los conocimientos previos hace que las personas, en la interacción con el medio, se aferren a aquellas pruebas que sirven para conservarlos y afianzarlos y, para ello llevan a cabo acciones en cuatro sentidos diferentes (véase el Cuadro 5.5):

Cuadro 5.5: Estrategias que utilizamos para conservar y afianzar nuestros conocimientos previos.

En síntesis, las estrategias para manejar el gran caudal de información que recibimos (reducción de información, uso de heurísticos y empleo de estructuras de conocimiento ya almacenadas) muestran que la racionalidad humana no es producto de la lógica, sino del uso de atajos que potencian su capacidad adaptativa.

5.5 El papel de la motivación, el afecto y las emociones en la racionalidad humana

La Tercera Hipótesis que presenta la Psicología de la Cognición social es que los motivos, emociones y afectos no sólo no interfieren en la racionalidad humana, sino que son indispensables para lograrla.



Para mucha gente, la cualidad esencial del ser humano es su capacidad para razonar dejando al margen emociones y deseos, dos obstáculos reconocidos para la acción inteligente. La inteligencia pura cautiva a los seres humanos, que sienten una extraordinaria fascinación por seres como los vulcanianos, esas criaturas pacíficas de la saga televisiva *Star Trek*, capaces de conseguir una habilidad lógica excepcional mediante un ritual de control de las emociones.

También sienten esa fascinación por los dispositivos artificiales capaces de hacer millones de cálculos en milésimas de segundo. No es de extrañar que sientan una extraordinaria compasión por los prototipos de la cultura que se ven ahogados en el caos de las pasiones, como bien se recoge en la literatura universal con obras como *Otelo* o *Romeo y Julieta*.

Sin embargo, como ya hemos señalado, para la Cognición social una clave del éxito del procesador de información humano es la existencia de motivaciones, emociones y afectos. En realidad, dichos elementos repercuten en el razonamiento porque las estructuras físicas del conocimiento y del sentimiento se hallan fisiológicamente interconectadas de modo que, cuando se produce una fractura en esa conexión, cuando se corta el vínculo entre la corteza cerebral y el sistema límbico, que es el núcleo donde se generan las emociones, el efecto es devastador, como muestra el caso de Elliot, que se resume en el Cuadro 5.6.

Cuadro 5.6: Pérdida del vínculo entre corteza cerebral y sistema límbico.

Elliot tenía un tumor cerebral y fue intervenido quirúrgicamente para extirparle una parte de la zona frontal del cerebro y trozos de tejido circundante. Tras la intervención, Elliot parecía excesivamente controlado al describir lo que le ocurría como un espectador desapasionado; ni se alegraba ni tenía sentido de su propio sufrimiento, aun cuando él fuera el protagonista. Según Damasio, “no estaba inhibiendo la expresión de la resonancia emocional interna, ni mitigando la confusión interior. Simplemente no tenía confusión alguna que mitigar” (1996, p. 55).

Pese a que las exploraciones en inteligencia, memoria, habilidades numéricas y de cálculo mostraron que estas eran las mismas que antes de la operación, Elliot era incapaz de tomar la decisión más simple. La raíz del problema de Elliot, diagnosticado a partir de un conjunto de nuevos exámenes neurofisiológicos y de conducta, estaba en su incapacidad para registrar emociones. Esa ausencia de motivos y afectos vinculados a la información y a la acción hacía que se perdiera entre los detalles de cada alternativa, que no supiera ponderar de acuerdo con sus gustos y deseos las ventajas e inconvenientes de cada decisión. Elliot sabía pero no sentía y, consecuentemente, no podía elegir.

Fuente: Damasio (1996).

Este caso, extraído del libro *El error de Descartes* (Damasio, 1996), presenta a un hombre que perdió la capacidad de experimentar emociones. Un hombre inteligente que posee intactos los

instrumentos necesarios para un comportamiento racional (atención, memoria, lenguaje...), pero cuya razón práctica, por tener alterada la capacidad para experimentar sentimientos, produce una sucesión de errores que se concretan en un defecto en la toma de decisiones.



Antonio Damasio
Médico portugués, profesor de neurología en la Universidad de Iowa, es un experto en neurociencia y cognición.

Damasio (1996) muestra que los sesgos derivados de la contaminación emocional del razonamiento no sólo no turban la sensatez, sino que son un ingrediente esencial de ella, una condición indispensable de su existencia. De hecho, aunque las estrategias de razonamiento estuvieran perfectamente ajustadas, difícilmente podrían dar respuesta a la enorme complejidad e incertidumbre que caracteriza los problemas personales y sociales. Son necesarios los deseos, impulsos y emociones para ayudar a la fría razón a encontrar el acomodo que garantiza la supervivencia de los individuos.

Por tanto, aspectos como la motivación, el afecto y las emociones son centrales para que el ser humano tenga éxito en el procesamiento de la información. Veamos cada uno de esos elementos.

El papel de la motivación

Para ilustrar el papel que tiene la motivación en la racionalidad humana es importante aceptar que a las personas no les resulta fácil pensar de un determinado modo simplemente porque quieran hacerlo. Por ejemplo, si usted pensara que la mayoría de los inmigrantes son trabajadores y sociables, ¿cómo podría, de pronto, cambiar de idea y pensar que son una amenaza? Y, sobre todo, ¿cómo podría hacerlo sin perder la ilusión de objetividad, esa ilusión que hace que piense que los cambios en sus creencias responden a cambios reales (“verdaderamente, los inmigrantes hasta ahora lograban incorporarse pacíficamente a la sociedad, pero últimamente son una amenaza, ya que...”), y que las opiniones pasadas que está a punto de modificar no parezcan caprichosas, sino reflejo de una situación real pasada?

La clave está en que antes de cambiar su juicio (por ejemplo, que los inmigrantes son una amenaza), usted, de modo no completamente consciente, incrementará la accesibilidad de las informaciones almacenadas que son relevantes con la nueva posición y simultáneamente produciría nuevos argumentos de menor calado que darán un marchamo lógico a dicha posición. Y quien manda y dirige este proceso de búsqueda en la memoria de creencias que apoyen la conclusión deseada, y esa combinación creativa de conocimientos accesibles con vistas a nuevas creencias, es la *motivación*.

La ilusión de objetividad de este proceso de justificación es tal que motivaciones diferentes dan lugar a creencias diferentes, y éstas justifican conclusiones opuestas. En este sentido, es cierto que las personas podemos llegar a creer lo que queremos creer, pero sólo

en la medida en que “construimos” razones suficientes que nos ayuden a autojustificarnos. Pruebas que avalan estas conclusiones proceden de diferentes ámbitos de la Psicología social y afectan tanto a las creencias sobre uno mismo y sobre los otros, como a las causas y probabilidades de un evento.

Por ejemplo, una situación en la que la motivación contribuye a la racionalidad de las creencias es aquella en la que las personas decimos o hacemos públicamente cosas con las que discrepamos. En estos casos, los individuos sentimos una fuerte disonancia entre nuestro autoconcepto y nuestra conducta. Si la conducta discrepante se hace, además, en condiciones de libertad, la disonancia cognitiva constituye una amenaza al yo y produce un incremento en la motivación para recuperar una imagen positiva de nosotros mismos a través de la elaboración de argumentos lógicos a favor de la conducta realizada (lo que significa un cambio en las actitudes y creencias para hacerlas compatibles con nuestra conducta. Estas ideas se desarrollan con mayor amplitud en los capítulos 19 y 20 sobre disonancia cognitiva.

Otra situación en la que la motivación afecta a la racionalidad de las creencias se da cuando se pide a las personas que evalúen a individuos de su endogrupo o a individuos con los que tendrán que interactuar en el futuro (por motivos de trabajo, de ocio...) (véase el Cuadro 5.7).

Cuadro 5.7: *Evaluación del otro y saliencia de la identidad.*

En un estudio se informó a los participantes de que, antes de tener una cita con alguna de las tres personas que se les presentaban, debían atender a una discusión grabada entre las tres. Inmediatamente después se les pidió que hicieran una evaluación de esas tres personas. Los participantes en la investigación dieron un juicio más positivo de la persona con quien esperaban salir, evaluaron mejor sus rasgos de personalidad y manifestaban que podían confiar más en esa persona. También le otorgaron más atención y recordaron más información sobre esa persona que sobre las otras.

Fuente: Berscheid, Graziano, Monson y Dermer (1976).

En estos casos, la necesidad de sustentar la identidad positiva, derivada de la pertenencia grupal, o la inevitable relación con el otro, dirigen la elaboración de argumentos y evaluaciones positivas tras una fuerte focalización del perceptor en los aspectos positivos del otro. Y algo similar se da con los estereotipos, que llevan a asignar rasgos negativos a exogrupos a causa de un sesgo inicial a favor del endogrupo (Tajfel, 1978), pero también como una consecuencia de una motivación para justificar el sistema social y las relaciones de poder y estatus (Jost y Banaji, 1994). Se ampliarán estas ideas en el Capítulo 8 sobre estereotipos. No en vano, el estereotipo femenino que subraya la debilidad de la mujer, el estereotipo de los grupos raciales que remarca la baja competencia, o el estereotipo sobre exogrupos con los que se está en conflicto abierto que destaca su inhumana hostilidad, sirven como argumentos centrales en la discriminación y la justificación del *statu quo*.

El papel del afecto y de las emociones

Además de la motivación, también el afecto y la emoción juegan un papel determinante en la racionalidad humana. Y aunque Freud (1915) pensaba que los recuerdos de acontecimientos emocionales negativos eran “reprimidos” y difíciles de recordar, las investigaciones actuales

están más bien de acuerdo con James (1890), para quien una experiencia puede llegar a ser tan excitante emocionalmente como para dejar casi una cicatriz en el tejido cerebral.

En esa dirección, conviene subrayar el potencial de racionalidad que aportan las emociones al procesamiento de la información, tal como mostró Schachter (1959/1966) en su estudio sobre los efectos de la ansiedad en la afiliación, o Foa, Rothbaum, Riggs y Murdock (1991) en su estudio sobre los efectos de la ansiedad en la percepción y capacidad reactiva a situaciones de hipotética adversidad.

No obstante, la Cognición social también reconoce que episodios emocionales muy intensos focalizan tanto la atención que lo que en términos moderados es un factor positivo se vuelve inadaptable. Así se observa en quienes sufren “trastornos de estrés postraumático”, un síndrome caracterizado por vívidas visiones retrospectivas en las cuales la persona revive el trágico suceso en todos sus detalles dolorosos (véase el Cuadro 5.8).

Cuadro 5.8: *Los efectos del “trastorno de estrés postraumático”.*

A., un empresario de 60 años secuestrado por ETA, fue retenido en un zulo frío y húmedo durante cuatro meses, sin apenas intercambiar palabra con los secuestradores. Vivió todo su cautiverio en un estado de alarma permanente por temor a la irrupción brusca de la policía, y las amenazas de muerte de los secuestradores. Tras su liberación, A. se recuperó de sus problemas físicos y se reincorporó al trabajo, aunque con un rendimiento muy por debajo de lo habitual. Sin embargo, las secuelas psicológicas del recuerdo del secuestro y la intensidad emocional de éste le fueron incapacitando para tener una vida normal, ya que se encuentra normalmente asustado, muestra conductas claustrofóbicas, rehuye el contacto con otras personas y tiene imágenes diurnas y pesadillas nocturnas frecuentes en relación con el secuestro. Así, por ejemplo, se despierta en medio de la noche soñando que los secuestradores están a punto de matarle. Igualmente, se sobresalta con frecuencia cuando ve a gente desconocida cerca de su casa o cuando oye ruidos que no identifica.

Fuente: Echeburúa y Corral (2005).

Hay dos ámbitos en los que se ha explorado sistemáticamente el efecto de las emociones y estados de ánimo: en primer lugar, en el tipo de información que se procesa y, en segundo lugar, en cómo se procesa.

Efecto de las emociones en el tipo de información que se procesa

Las emociones tienen efectos importantes en diferentes etapas del procesamiento de la información, aunque los ámbitos más estudiados se refieren al recuerdo y la recuperación, y al aprendizaje. Veamos algunas de las conclusiones más sólidas al respecto.

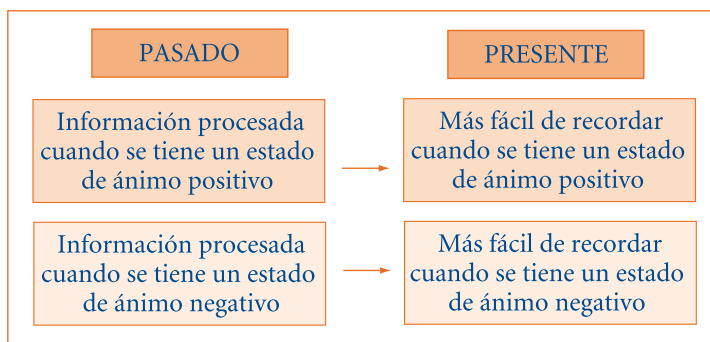
1. Sobre el tipo de información que se recuerda

Los estudios sobre cómo cognición y emoción se hallan firmemente conectadas trabajan sobre varias hipótesis plausibles.

Imagine que le presentan a una persona un día en el que usted está de buen humor. Lo más probable es que asocie ese encuentro con un estado de ánimo positivo. Si, en cambio, se le presentan un día en el que se halla de mal humor, lo más probable es que asocie dicho encuentro con un estado de ánimo negativo. Esta conexión puede adoptar dos formas y, por tanto, dar lugar a dos resultados.

- *Primer resultado:* las personas recuerdan más las anécdotas del encuentro cuando tienen el mismo estado de ánimo que tenían en el momento en que las codificaron. Esta es la *hipótesis del recuerdo dependiente del estado de ánimo* (véase la Figura 5.6).

Figura 5.6: Representación de la hipótesis del recuerdo dependiente del estado de ánimo.



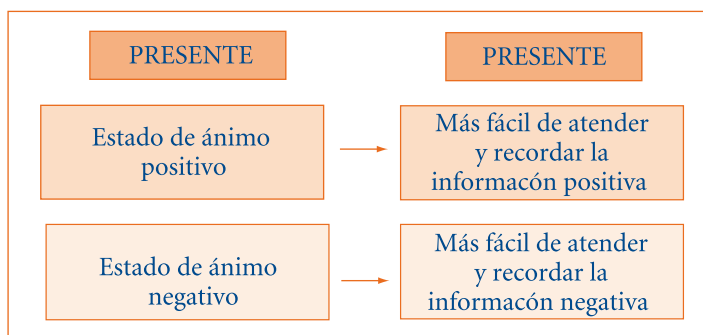
Esta situación es la que se observa cuando las personas recuerdan más experiencias positivas de la infancia si están de buen humor que si están tristes, y recuerdan más experiencias negativas de la infancia si están tristes que si están alegres.

Es lo que ocurre en la película *Luces de la ciudad*, en la que Charles Chaplin salva a un borracho de la muerte. Al día siguiente, cuando el millonario está sobrio, no recuerda al pequeño vagabundo. Sin embargo, cuando vuelve a emborracharse le trata como a su antiguo compañero.

En síntesis, la *hipótesis del recuerdo dependiente del estado de ánimo* defiende que, si las personas procesan una información en un estado de ánimo determinado pueden, pasado un tiempo, recordarlo mejor si vuelven al mismo estado de ánimo.

- *Segundo resultado:* las personas asocian más aquella información cuya valencia coincide con la valencia del estado de ánimo en el momento de la recuperación. Esta es la *hipótesis de recuerdo congruente con el estado de ánimo* (véase la Figura 5.7).

Figura 5.7: Representación de la hipótesis de recuerdo congruente con el estado de ánimo.



A diferencia de la anterior, esta hipótesis se centra en la relación entre la valencia del estado de ánimo en el momento de la recuperación y la valencia de la información (véase el Cuadro 5.9).

Cuadro 5.9: *Efecto del estado de ánimo en el momento del recuerdo.*

Se pidió a un grupo de personas con estado de ánimo neutro que estudiaran una lista de palabras positivas, neutras y negativas. A continuación, se indujo un estado de ánimo de alegría o de tristeza. Cuando se pidió a los dos grupos que intentaran recordar las palabras leídas se halló que ambos grupos recordaban proporciones similares de palabras neutras, pero que los participantes felices recordaban más palabras positivas que negativas, mientras que los participantes tristes recordaban más palabras negativas que positivas.

El resultado se debe básicamente al estado anímico en el momento del recuerdo ya que durante el aprendizaje de las palabras no se indujo ningún estado de ánimo específico.

Fuente: Teasdale y Russell (1983).

Aunque hay datos que apoyan la *hipótesis del recuerdo dependiente del estado de ánimo*, estos muestran que hace falta mucha intensidad emocional en el momento del aprendizaje. En contraste, la *hipótesis del recuerdo congruente con el estado de ánimo* es más sólida y tiene suficiente apoyo empírico, aunque los datos muestran una pauta asimétrica de recuerdo. Concretamente, mientras el estado de ánimo positivo facilita el recuerdo de informaciones positivas e inhibe el recuerdo de informaciones negativas, el estado de ánimo triste inhibe el recuerdo de informaciones alegres, pero no siempre incrementa el recuerdo de informaciones tristes.

2. Sobre el tipo de información que se aprende

Los resultados de las investigaciones en esta área muestran que las personas felices tienden a prestar más atención a las informaciones agradables, mientras que las personas tristes atienden más a las informaciones desagradables. Ello se debe a que la información congruente con el estado de ánimo sobresale, recibe más atención, se procesa más profundamente y, por consiguiente, se aprende mejor.

3. Sobre los juicios sociales

También las investigaciones han encontrado sistemáticamente que las emociones afectan a los juicios respecto a uno mismo y respecto a los demás, ya que las personas, cuando tienen un estado de ánimo positivo, elaboran juicios más positivos y, cuando tienen un estado de ánimo negativo, toman decisiones y elaboran juicios más negativos. En este sentido, el estado de ánimo hace que emerjan a la conciencia y se hagan más accesibles aquellas características de un objeto de actitud que son congruentes con dicho estado de ánimo (véase el Cuadro 5.10).

Cuadro 5.10: *Efecto del estado de ánimo sobre los juicios sociales.*

Los resultados de un experimento realizado por Salovey y Birnbaum (1989) indicaron que el estado de ánimo tiene un importante impacto sobre la valoración de ciertos síntomas físicos y sobre la autoeficacia en conductas de salud. Los sujetos con síntomas de gripe o resfriado común a quienes se les hizo sentir tristes anotaron más síntomas y más molestias que aquellos sujetos a los que se les indujo un estado de alegría o neutro. Sin embargo, los sujetos tristes tenían menos probabilidad de sentirse capaces de llevar a cabo conductas que promovieran la salud o aliviaran la enfermedad que los sujetos en un estado de ánimo de alegría o neutro.

4. Sobre las previsiones y los sesgos atributivos

Finalmente, las emociones afectan a las previsiones y los sesgos atributivos que se realizan. Respecto a las primeras, parece probado que el estado de ánimo facilita el acceso a la conciencia de información congruente con dicho estado de ánimo, y que la disponibilidad diferencial de

informaciones positivas frente a las negativas inclina la balanza de las estimaciones de probabilidad subjetiva en una dirección congruente con el estado anímico. Respecto a los sesgos atributivos, también se dispone de datos que confirman que las personas tienden a explicar sus éxitos y fracasos personales de modo que perpetúen sus estados anímicos y sentimientos dominantes. Concretamente, las personas felices tienden a explicar sus éxitos atribuyéndolos a sus méritos y las personas tristes a explicar los fracasos reprochándoselos.

Todas estas conclusiones se apoyan fuertemente en la Teoría de la congruencia con el estado de ánimo. Sin embargo, hace algunos años se ha apuntado una explicación alternativa: la *hipótesis del estado de ánimo como información* (Schwarz y Clore, 1983). De acuerdo con esta hipótesis, las personas se hacen, en muchas ocasiones, la pregunta “¿cómo me siento ante eso?”, y emplean la respuesta como una base para el juicio que tienen que hacer, simplificando así la complejidad que supone tomar una decisión. Por ejemplo, si le pido a alguien que evalúe a una persona conocida, lo más lógico es que lleve a cabo un cómputo complejo para determinar si las cualidades positivas superan a las negativas o a la inversa, es decir, que inicie un proceso analítico de recuperación, articulación y evaluación de informaciones relevantes sobre esa persona. Sin embargo, también es posible que acorte el proceso preguntándose a sí mismo “¿cómo me siento respecto a esta persona?” Si se siente feliz, es muy probable que lo atribuya a que el otro es una persona agradable, y si se siente incómodo es probable que lo atribuya a que el otro es una persona desagradable.

Obviamente, no siempre es tan fácil porque hay factores del contexto que interfieren en las emociones y, además, porque en ocasiones los estados de ánimo no son claros. Por ejemplo, si usted acaba de ver la película *Mar adentro*, de Amenábar, y se ha tropezado con un vecino malencarado a la salida del cine, no es fácil determinar si el estado de ánimo que usted tiene se debe a lo primero, a lo segundo o a una mezcla de los dos. Ciertamente, tanto la *hipótesis de congruencia con el estado de ánimo* como la *hipótesis del estado de ánimo como información* dan cuenta de los juicios congruentes con el afecto. Sin embargo, esta última sólo se emplea si la información derivada no compite con informaciones alternativas (Schwarz y Clore, 1983), o si se atribuye el estado de ánimo a una fuente irrelevante para el juicio (por ejemplo, si usted fuera consciente de que su estado de ánimo se debe a la película, descartará atribuirlo al encuentro con su vecino).

La dilución del efecto del estado de ánimo en esas condiciones apoya la idea de que no es el estado afectivo en sí mismo considerado el que influye, sino las interpretaciones que hacen las personas de ese estado afectivo.

Efecto de las emociones en la forma en que procesamos la información

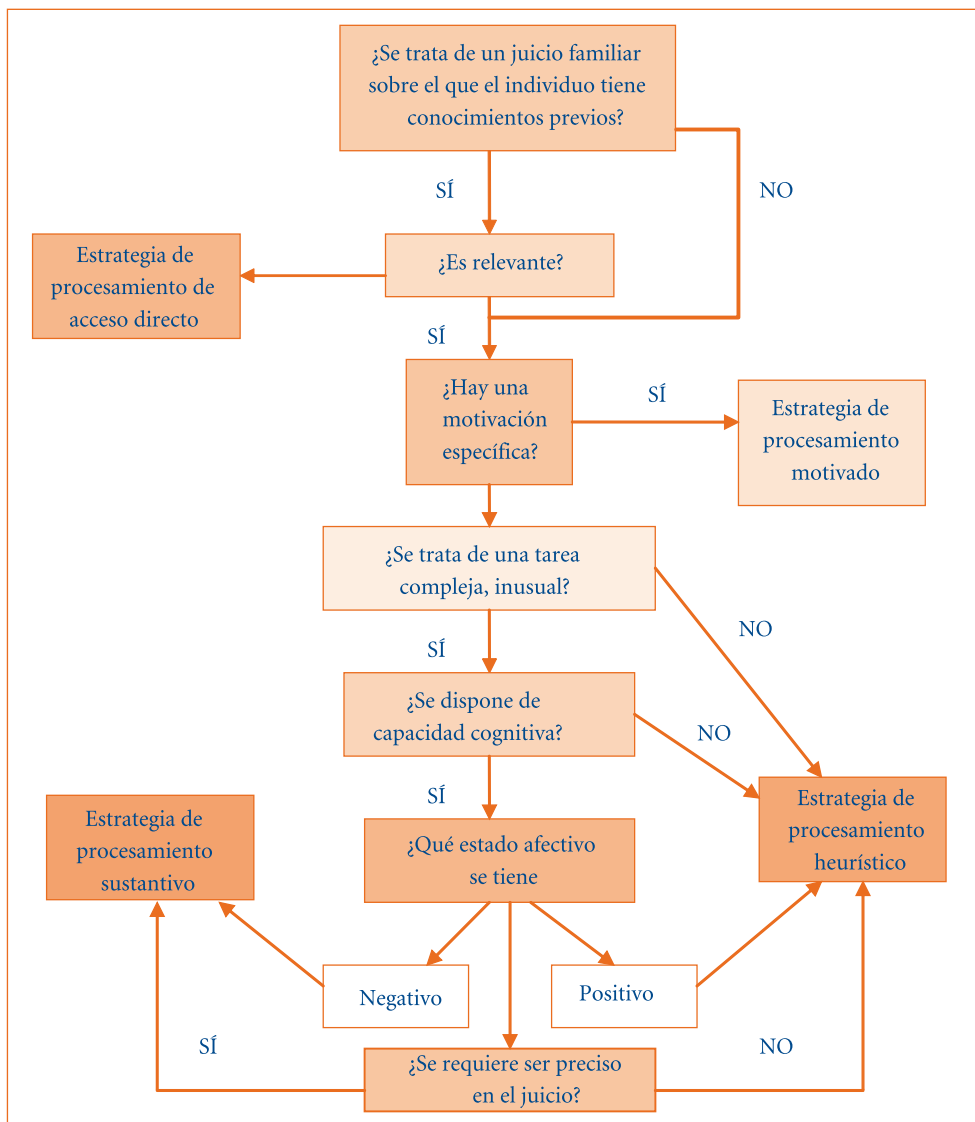
Las emociones no sólo influyen en qué tipo de información es más probable que procesemos, sino también en cómo procesamos la información.

Concretamente, las investigaciones muestran que, cuando las personas están de mal humor, tienen una mayor motivación a procesar más sistemáticamente las informaciones como una estrategia adaptativa ante situaciones problemáticas. Paralelamente, las personas, cuando están de buen humor, tienden a respaldar sus juicios en heurísticos y creencias previas y a evitar, en lo posible, el procesamiento sistemático. Y ello por dos razones fundamentales:

1. En primer lugar, porque generalmente todos los individuos tienen más informaciones positivas que negativas almacenadas en la memoria. Como el buen humor facilita la emergencia de esas informaciones, los individuos sufren una sobrecarga cognitiva y, en esas condiciones, disponen de menos recursos cognitivos para procesar informaciones nuevas.
2. En segundo lugar, porque las personas, cuando están de buen humor, desean mantener ese estado de ánimo y, para conseguirlo, evitan en lo posible analizar en profundidad cualquier información nueva que podría suponer un riesgo para su estado emocional presente.

Estas cuatro estrategias de procesamiento, que se ilustran en la Figura 5.8, son: procesamiento de acceso directo al conocimiento previo, procesamiento motivado, procesamiento heurístico y procesamiento sustantivo.

Figura 5.8: Adaptación del Modelo de infusión del afecto.



Fuente: Forgas (1995).

5. Procesamiento de acceso directo

Tiene lugar en contextos que requieren una respuesta basada en conocimientos previos con poca o ninguna intervención de los estados emocionales. Cuestiones como “¿qué sueles hacer

después del trabajo?”, “¿te gusta la ensalada de aguacates?”, o “¿de qué color es tu coche?”, demandan una respuesta, opinión o evaluación que se basa en la recuperación de informaciones ya almacenadas y que no varía con el estado emocional del individuo. Dado que los seres humanos disponen de un caudal de materiales almacenados, cualquier tarea que demande una respuesta de ese material (por ejemplo, rutinas, preferencias, gustos...), se resolverá muy rápidamente y al margen del estado afectivo del individuo.

6. Procesamiento motivado

En este caso, las personas llevan a cabo una búsqueda de información altamente selectiva y motivada, ya que se enfrentan a cuestiones tales como “¿es la casa que he visto la que mejor se ajusta a mis necesidades?” Es decir, cuestiones que tienen una relevancia especial para ellas y que les obligan a emplear estrategias de integración destinadas a producir un resultado que repercuta sobre sus planes de acción. En estos casos hay una fuerte influencia de las motivaciones.

7. Procesamiento heurístico

Tiene lugar cuando los conocimientos previos no facilitan la tarea, no hay objetivos motivacionales, no se dispone de suficientes recursos de procesamiento y las tareas no demandan precisión. Ante cuestiones como “¿la persona que conocí es tan agradable y sincera como parece?”, los individuos usan heurísticos como el derivado de *la hipótesis del estado de ánimo como información* (¿cómo me siento ante esa persona?), en los que afectos y emociones influyen de forma determinante en la respuesta.

8. Procesamiento sustantivo

Requiere que las personas seleccionen, aprendan, interpreten y procesen la información sobre una tarea y conecten esa información con los conocimientos ya almacenados. Esta estrategia de procesamiento depende extraordinariamente de esa particular conexión entre emociones y cogniciones.

5.6 El papel del pensamiento automático en la racionalidad humana

La última hipótesis de la Cognición social que vamos a desarrollar apunta, tal y como ya señalamos al principio del capítulo, que los aspectos no conscientes y automáticos, lejos de representar un mundo instintivo y paralelo al consciente, son una parte importante del escenario responsable de la conducta racional.

Sin embargo, para mucha gente, el inconsciente aún conforma el aspecto más irracional del individuo y el motor de sus conductas instintivas y egoístas. Inspirados en las ideas de Freud, los legos creen que el inconsciente es una fuerza poderosa que siempre está en lucha con las fuerzas de la razón y de la civilización: son deseos profundos que reflejan nuestra filogénesis y empujan hacia afuera, entre los resquicios de la conducta voluntaria, las bajas pasiones. Por ello, consideran que la conciencia no sólo es lo más humano, sino la clave de los comportamientos competentes y sabios.

Paradójicamente, pese a que muchas decisiones en la vida están influidas por factores que pasan desapercibidos, el lego tiene una insólita confianza en las explicaciones que elabora sobre sus conductas, incluso cuando éstas se elaboran *a posteriori*. En realidad, está convencido de que tiene un acceso privilegiado a toda la información relevante sobre sí mismo y sobre su conducta, y por eso piensa que es consciente, en todo momento, de lo que ocurre en su mente.

Sin embargo, la Cognición social ha verificado que hay muchos procesos cognitivos que se producen sin el control consciente del individuo. Concretamente, aquellos que se ajustan a cuatro criterios:

- (a) Ocurren sin que las personas sean conscientes de ello.
- (b) Se realizan sin intención, es decir, sin necesidad de perseguir una meta.
- (c) Son incontrolables, ya que no pueden interrumpirse una vez empiezan.
- (d) Son altamente eficientes, en tanto requieren pocos recursos cognitivos y pueden ocurrir simultáneamente con otros procesos.

En contraste, los procesos controlados se realizan con intención y conciencia, y exigen un esfuerzo considerable.

Obviamente, si se analizara el comportamiento humano atendiendo a la dimensión “controlado/espontáneo” lo más probable es que se encontrara un repertorio de conductas que incluyera todas las posibilidades concebibles. No sólo se observaría que hay tantos tipos de procesos automáticos diferentes como tipos de procesos controlados, sino que se hallarían comportamientos y decisiones que compartirían características propias del procesamiento espontáneo y del procesamiento controlado. Por ejemplo, un conductor experto puede conducir durante kilómetros sin ser consciente de muchas de las maniobras que lleva a cabo. En este contexto, su comportamiento automático le permitiría oír música y conversar con otro pasajero al mismo tiempo. Sin embargo, si surgiera una demanda especial o la ejecución de movimientos extras (coger un teléfono móvil y marcar, buscar una emisora concreta en el dial de la radio...), su destreza conduciendo se vería muy mermada.

Cuadro 5.11: Pérdida de destreza en la conducción por distracción.

Conducir mientras se habla por teléfono multiplica por seis la posibilidad de sufrir un accidente y, en términos generales, la distracción aparece como el principal factor de riesgo en la producción de accidentes. Concretamente, en el año 2002 se produjeron 3.434 accidentes con víctimas mortales en carretera. De ellos, 820, que originaron 941 muertos, fueron causados por la distracción del conductor. La distracción aparece como causa del accidente en el 23,8% de los casos). Ello será especialmente grave si la distracción se produce cuando el contexto demanda más recursos cognitivos del conductor (por ejemplo, cuando llega a una bifurcación, cuando hay vehículos pesados en las proximidades, cuando hay peatones...).

Fuente: Datos de la DGT.

Si, a partir de los criterios expuestos más arriba, establecemos un continuo que vaya desde el máximo automatismo hasta el máximo control tendríamos, en el nivel más automático, los procesos preconscientes, seguidos de los procesos postconscientes, los procesos automáticos dirigidos hacia una meta y, finalmente, los procesos intencionales que están dirigidos hacia un objetivo y están controlados por pautas y metas personales.

Veamos cada uno de ellos por separado.

Procesos preconscientes

Este tipo de automatismo reúne todos los criterios de un procesamiento automático, ya que no es intencional, es involuntario e independiente de la conciencia del perceptor.

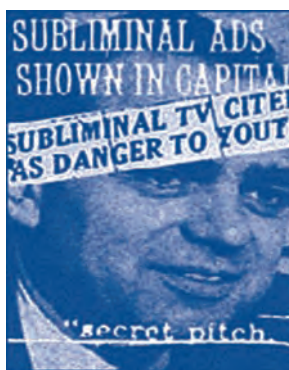
Un ejemplo de procesamiento preconsciente es la percepción subliminal, un tipo de percepción que se produce cuando se presenta la información por debajo del umbral de la conciencia.

La percepción subliminal se ha demostrado en estudios del laboratorio presentando los estímulos por debajo de 100 milisegundos, una condición que hace difícil, si no imposible, percibir algo más que un *flash* repentino. Los primeros estudios en este ámbito los realizó en los años setenta Anthony Marcel, quien en un experimento pidió a sus participantes que decidieran si una serie de letras formaban una palabra con significado (por ejemplo, doctor) o no (por ejemplo, tocdor). Los resultados mostraron que los participantes reconocían más rápidamente que “doctor” era una palabra cuando previamente aparecía un asociado semántico (por ejemplo, enfermera), aun cuando éste se presentara por debajo del umbral de reconocimiento. Desde entonces, muchos estudios han trasladado esta técnica a ámbitos más relevantes de la vida social. Este es el caso de las investigaciones que han demostrado que la presentación subliminal de rasgos como honestidad, hostilidad, amabilidad, etc., influyen en la interpretación de conductas ambiguas presentadas posteriormente.

Cuadro 5.12: *Efecto de la presentación subliminal de estímulos.*

Se presentó fuera del campo visual de los participantes en el experimento (a la izquierda y derecha del monitor) un *flash* luminoso que duraba apenas 100 milisegundos, ante el que tenían que reaccionar lo más rápidamente posible presionando la tecla de la derecha o la de la izquierda, según su ubicación en el monitor. Dependiendo de la condición experimental, el 20%, el 80% o el 0% de estos *flashes* eran palabras relacionadas con hostilidad. A continuación, los participantes experimentales leían una descripción ambigua de un hombre llamado Donald que realizaba comportamientos algo hostiles (por ej., “se negaba a pagar el alquiler hasta que los propietarios adecentaran el piso”). Finalmente, valoraban a Donald en una serie de escalas. Se encontró que, aun siendo los participantes inconscientes de las palabras hostiles, estas palabras influyeron en sus evaluaciones de Donald. Cuantas más palabras hostiles vieron, más negativamente evaluaron a Donald.

Fuente: Bargh y Pietromonaco (1982).



Descubrimientos como estos parecen dar la razón a la archiconocida leyenda sobre el investigador de mercados James Vicary quien, en 1957, mostró durante una película dos mensajes de publicidad. Uno de ellos impulsaba a comer palomitas de maíz y otro a beber Coca-cola. Se exponían durante tres milisegundos cada cinco segundos. Lograron incrementar las ventas de palomitas de maíz un 57,7% y las de Coca-cola un 18,1% durante seis semanas. Aunque, como luego se probó, todo había sido una invención, la percepción subliminal ha quedado como uno de los mitos populares más convincentes sobre la acción del inconsciente.

Otras demostraciones de automatismo preconsciente proceden de pacientes bajo anestesia. Según la creencia general, estos pacientes no pueden percibir ni atender a lo que se dice o se hace mientras están inconscientes durante una operación, ya que este tipo de anestesia actúa directamente sobre el sistema nervioso central, por lo que provoca una pérdida general de conciencia y una pérdida completa de sensorialidad (Kihlstrom y Schacter, 1990). Y, sin

embargo, diferentes investigaciones muestran que la información presentada en esas condiciones deja trazos residuales en la mente de los sujetos (Betancor, Rodríguez, Rodríguez y Sánchez, 2001; Millar, 1987) (véase el Cuadro 5.13).

Cuadro 5.13: *Dos investigaciones sobre los efectos de la anestesia.*

Primera investigación

Se llevó a cabo una investigación con 30 pacientes sometidos a una intervención quirúrgica bajo anestesia general. El objetivo era comprobar el efecto de la activación subliminal de una categoría social y de un rasgo estereotípico en la interpretación de conductas ambiguas. A un tercio de los pacientes se les presentó auditivamente una categoría social (por ejemplo, bombero) y un rasgo estereotípico asociado (por ejemplo, valiente), otro tercio recibió las mismas categorías sociales, pero con rasgos sinónimos del estereotípico (por ejemplo, atrevido). El último grupo no recibió ningún tipo de información subliminal. Una vez recuperados de la anestesia, los pacientes debían seleccionar entre cuatro rasgos (uno estereotípico y tres sinónimos), aquel que mejor describiera al miembro de la categoría que realizaba una conducta (por ejemplo, el bombero afronta con determinación situaciones peligrosas). Los resultados muestran que la presentación subliminal de rasgos estereotípicos incrementa significativamente la utilización de dichos rasgos para describir la conducta, frente a la condición de sinónimos y a la condición control.

Fuente: Betancor y cols. (2001).

Segunda investigación

Se prepararon seis listados de palabras pertenecientes a categorías diferentes (por ejemplo, flores, animales...). Los listados se grabaron en una cinta que los pacientes oían durante el tiempo que duraba la anestesia. Cada uno de los pacientes que participaba en el experimento se asignaba al azar a una de las listas. Cuando se recuperaban, se les pedía que generasen ejemplares de cada una de las seis categorías. Los resultados muestran que las palabras de la lista presentada durante la anestesia se generaban antes en la secuencia de enumeración que otros ejemplares de esa categoría no presentados.

Fuente: Millar (1987).

Procesos postconscientes

En este tipo de automatismo, el perceptor tiene conciencia del procesamiento de la información, pero no de la influencia que esa información tiene en sus decisiones y conductas. Además, dado que es muy difícil acceder a los procesos cognitivos de alto nivel de un modo directo (por ejemplo, a través de la introspección), los individuos, la mayoría de las veces, ignoran los factores que intervienen en lo que hacen y deciden. El hecho de que una persona cambie de marca de aceite sin darse cuenta de que su conducta se deriva de la posición que tiene esa marca en las estanterías del supermercado, o el hecho de que cambie de opinión sobre un conocido y lo achaque a algo que ocurrió ayer, sin advertir el peso que tienen otros detalles que vienen de lejos y que considera irrelevantes, constituye una buena ilustración de este tipo de procesamiento.

Ahora bien, ignorar las causas reales no impide a las personas construirlas sobre la marcha a partir de sus teorías causales sobre los factores más probables y próximos al motivo del juicio.

Cuadro 5.14: *Construcción de las causas en conductas de consumo.*

En un estudio sobre preferencias de consumo, se colocaron sobre una mesa cuatro pares de calcetines iguales y se pidió a los participantes en la investigación que eligieran un par y explicaran por qué lo habían seleccionado. Investigaciones previas habían mostrado que en este tipo de tareas la posición serial era determinante de las respuestas de los participantes, de modo que, generalmente, tienden a preferir aquellos elementos que están más a la derecha que aquellos que están más a la izquierda (se desconocen las razones de tal decisión).

En efecto, los participantes siguieron esta pauta de elección. Sin embargo, cuando se les preguntó por qué hicieron esta elección, aludieron básicamente a factores de calidad del tejido y otras razones de ese tenor. Y, sorprendentemente, cuando se les sugirió que la posición serial podía haber influido en su decisión, rechazaron esa posibilidad.

Fuente: Nisbett y Wilson (1977).

Paradójicamente, que esa explicación que han elaborado sobre la marcha proceda de sus teorías causales, y no de un análisis pormenorizado de los hechos, no se traduce en un desajuste con la realidad, ya que las teorías que tiene la gente sobre las causas de su conducta son con frecuencia acertadas. Por ejemplo, si está triste y alguien le pregunta por qué lo está, y usted responde que porque su pareja le dejó, es muy probable que eso sea así. Al fin y al cabo, todos tenemos una teoría más o menos compartida sobre el impacto emocional de ser abandonado. Sin embargo, también es probable que usted hubiese perdido el interés por su pareja hace algún tiempo y anticipara que la relación no daba para más, de modo que ya se había preparado para la ruptura. Ahora bien, es posible que su pareja escogiera el día menos idóneo para plantearle el tema, y que la ruptura explícita fuera la gota que colmara un día de desventuras (llegó tarde al autobús y tuvo que esperar media hora, no encontró en la biblioteca el libro de Fiske y Taylor (1991), sobre Cognición social que necesitaba consultar y, además, la máquina expendedora de agua se tragó un billete de 10 Euros). Desde un análisis racional, parece que su tristeza no se debe a la ruptura, pero es obvio que, desde el punto de vista social, atribuir (erróneamente) la tristeza a la ruptura no sólo no es un error importante, sino que está más justificado que cualquier otra explicación (¡poca gente entendería la tristeza por no encontrar un libro!).

Los estudios sobre la *falsa fama* han comprobado una y otra vez la existencia del procesamiento postconsciente. Se trata de un tipo de experimentos en los que se pide a los participantes que lean una lista de nombres. Posteriormente, se les presenta otra lista en la que, junto a los nombres de la primera lista (viejos), aparecen mezclados otros nombres (nuevos). La tarea de los participantes en la investigación es indicar qué nombres son famosos o “les suena que pueden serlo” (véase el Cuadro 5.15).

Cuadro 5.15: *Un ejemplo de estudios sobre la “falsa fama”.*

¿Es Sebastián Weisdorf famoso? Probablemente usted respondería que no, ya que nunca antes había oído ese nombre. Pero ¿qué responderá dentro de unas semanas, si le hago la misma pregunta? En ese momento, lo más probable es que el nombre le resulte familiar, aunque no sepa dónde lo oyó, de modo que me responderá que sí, que es alguien famoso. Sin embargo, si fuera capaz de recordar dónde lo oyó, con seguridad respondería que no es famoso.

Los resultados muestran una tendencia significativa a señalar que los nombres “viejos” son famosos. Sorprendentemente, además, las personas no reconocen que haya sido la lectura previa de esos nombres lo que hace que les “suenen”. Un mecanismo similar al de la falsa fama es el de los estudios sobre la *mera exposición*. Estos estudios muestran que la exposición repetida a un objeto es suficiente para incrementar su atractivo (Zajonc, 1968) de modo que, cuanto más familiares son las personas, las caras, los colores, las formas geométricas, los olores, las comidas, y muchas otras cosas, más atractivas resultan (véase el Cuadro 5.16). Y, como en el caso de la falsa fama, tampoco aquí los perceptores son conscientes de la relación entre la exposición repetida y la actitud preferencial aunque, en este caso, la explicación está en que la exposición repetida a un estímulo crea cierta confianza hacia él y propicia en los individuos un sentido de *déjà vu*, es decir, de algo que ya se ha visto, del que son generalmente inconscientes y cuya influencia persiste, aun cuando se sea inconsciente o incapaz de recordar las experiencias originales.

Cuadro 5.16: *Un ejemplo del efecto de “mera exposición”.*

En un estudio clásico, se presentó a los participantes en la primera fase diez octágonos irregulares diferentes, cinco veces cada uno, durante una fracción temporal tan reducida (una milésima de segundo) que era imposible detectarlos. Posteriormente, en una segunda fase, se presentó a los participantes pares de octágonos, uno de los cuales había sido presentado en la primera fase mientras que otro era nuevo. La primera tarea de los participantes consistía en adivinar qué octágono habían visto antes y la segunda indicar qué octágono les gustaba más. Los resultados muestran que eran incapaces de reconocer los octágonos que habían visto antes y, sin embargo, en la mayoría de los pares (60%) les gustaban los octágonos viejos más que los nuevos.

Fuente: Kunst-Wilson y Zajonc (1980).

Otro ámbito en el que se observan automatismos postconscientes es el de la *memoria implícita* o la capacidad para recuperar información sin que medie una acción consciente y voluntaria en esa dirección (Graf y Schacter, 1985). A diferencia de la memoria explícita, en la que se le pide a un individuo que recuerde lo que ha memorizado tras presentarle una información, en la memoria implícita se presenta también una información, pero en la fase de recuperación no se le pide que la recuerde, sino que realice una tarea que será mejor ejecutada si recupera la información presentada anteriormente (véase el Cuadro 5.17).

Cuadro 5.17: *Actuación de la memoria implícita.*

Considere la frase siguiente: “Las notas sonaron mal porque las costuras reventaron” probablemente no tenga sentido hasta que le proporcione la palabra clave: gaita. Cuando Schacter, Cooper y Treadwell (1993) mostraron estas frases a pacientes amnésicos, ellos, como usted, no acertaban a comprender el significado de las frases hasta que se les daba la palabra clave. Lo más interesante fue observar que cuando se les volvía a mostrar las frases minutos, horas o días después, daban fácilmente con la palabra clave por sí mismos, y sin embargo afirmaban que nunca habían visto las frases ni las palabras clave, y solían añadir, simplemente, que las frases eran fáciles de resolver.

Estudios como éste realizados con pacientes amnésicos ponen de manifiesto que éstos tienen deficiencias claras de memoria explícita, mientras que su memoria implícita permanece intacta. Investigaciones sistemáticas recientes muestran que esta misma disociación se encuentra en personas normales.

Procesamiento dependiente de metas e inferencias espontáneas

En este tipo de automatismo, la existencia de una meta o de unas instrucciones muy precisas hace que las personas inicien el procesamiento de la información de un modo completamente consciente, aunque carezcan de control sobre el proceso y sobre la dirección que adoptarán. Por ejemplo, si usted tiene que trabajar durante un tiempo con alguien, seguramente se formará una impresión de esa persona. Para conseguirlo, lo más probable es que inicie un proceso constructivo con las informaciones de las que dispone. Sorprendentemente, una vez inicia el proceso de construcción de una imagen sobre el otro, perderá el control sobre el modo en que las informaciones se combinan para dar como resultado una imagen coherente.

Un ámbito de estudio que representa bien este tipo de automatismos es el de la inferencia espontánea de rasgos. Diferentes investigaciones (Betancor, 1998a; Betancor, 1998b; Uleman, Newman, y Winter, 1992; Winter y Uleman, 1984), han mostrado que las personas, cuando leen acerca del comportamiento de otro, lo codifican como rasgos de personalidad relevantes. Estas inferencias *on line* son espontáneas porque ocurren sin un propósito explícito y sin mucha conciencia.

Imagine que ve a una persona ayudando a un invidente a cruzar la calle. Si alguien le pidiera que se formara una impresión de la persona que prestó la ayuda, probablemente, inferiría que esa persona es altruista. Dicha inferencia se hace en respuesta a un requerimiento explícito en esa dirección y, en ese sentido, es un proceso consciente, controlado e intencional. Sin embargo, en la mayoría de las ocasiones, las inferencias de rasgos se producen de forma tan espontánea que escapan al control del individuo. El apoyo a la hipótesis de las inferencias espontáneas de rasgos procede de diferentes experimentos que revelan que la gente hace inferencias de modo automático e inconsciente en cuanto percibe información conductual. Por ejemplo, cuando las personas leen “la mujer le dio una moneda al mendigo” infieren espontáneamente que la mujer es generosa, y cuando leen “el niño le dijo a su madre que se comió los bombones” infieren que la criatura es honesta (véase el Cuadro 5.18).

Cuadro 5.18: Un ejemplo de inferencia espontánea de rasgos.

En un estudio se pidió a los participantes de una condición experimental que observaran fotos de personas acompañadas por enunciados autodescriptivos que podían traducirse a rasgos. Por ejemplo, se mostraba a los participantes la foto de una mujer con la siguiente autodescripción: “Hoy es mi aniversario. Preparé una cena a la luz de las velas para mi marido, que voy a servir en una mesa que puse en el dormitorio”. A continuación se presentaba a esos participantes las mismas fotos con una serie de rasgos y se les pidió que los memorizaran. En otra condición experimental los participantes solo realizaron esta segunda tarea.

Los resultados muestran que hubo mejor aprendizaje en la condición en la que los participantes habían leído con anterioridad las autodescripciones. Al parecer, en esa condición los participantes ya sabían que la mujer era romántica por haber hecho de forma espontánea la inferencia de rasgos a partir de su declaración. Y, cuando se les pidió que memorizaran que era romántica, fue más sencillo para ellos.

Fuente: Carlston y Skowronski (1994).

Ahora bien, ¿por qué hacemos espontáneamente estas inferencias de rasgos? La respuesta está en que los rasgos son parte de la codificación de la información conductual y, sobre todo, parte de nuestra comprensión de la información social (Carlston y Skowronski, 1994; Winter y Uleman, 1984).

Otro ámbito en el que se observa esa simbiosis de control y autonomía del procesamiento de la información es el de la atribución y corrección de los juicios. Se trata de un proceso que tiene lugar cuando los individuos desean corregir una opinión o juicio que creen que está

Procesos controlados y conscientes

La mayoría de las personas lleva a cabo estrategias de procesamiento intencional, mediante el entrenamiento de procesos mentales (por ejemplo, estudiar para entender, repetir para recordar...), y la búsqueda y exploración de argumentos, juicios y conductas. Así, cuando un alumno, en lugar de leer superficialmente los temas de un examen, se sienta y dedica todos sus esfuerzos a comprender y retener la materia estudiada, está haciendo una demostración de procesamiento intencional.

Los ámbitos en los que se observa un procesamiento controlado incluyen lo que pensamos sobre muchas cosas, las metas que perseguimos, las elecciones que hacemos, así como las informaciones que desconfirman nuestras expectativas. No obstante, cuando las personas están motivadas a pensar en algo y a ejercer, sobre sus propios procesos superiores, un control mayor que el que ejercen habitualmente, se producen efectos paradójicos.

Una demostración típica en este sentido es el denominado *efecto rebote*. Se trata de un efecto que se produce cuando se hace un esfuerzo considerable por evitar pensar en algo. Por ejemplo, cuando se esfuerza en evitar que le venga a la mente la discusión que tuvo en el trabajo o el amigo que le abandonó o el amor no correspondido, cuando no quiere pensar en el placer de fumar un cigarrillo, ni en la caja de bombones que hay en la despensa. Es muy posible que, en todos estos casos, ayude a su voluntad con estrategias tales como contar ovejas, masticar chicle, ir al cine..., que le permitan tener un control exhaustivo sobre lo que piensa. Paradójicamente, lo que suele ocurrir es que aquellos pensamientos que intenta suprimir regresan cada vez con más fuerza a la conciencia y dominan su vida mental.

Así, según Wegner y Erber (1992), cuando una persona intenta suprimir un pensamiento, se ponen en marcha dos procesos cognitivos de forma simultánea: uno controlado y otro automático. El primero, se refiere a la búsqueda consciente de pensamientos no deseados y su sustitución por otro tipo de pensamientos (por ejemplo, en lugar de pensar en cigarrillos “tengo” que pensar en un paisaje verde). Este proceso controlado requiere de ciertos recursos atencionales y, por tanto, de una ejecución consciente. Paralelamente a este proceso se inicia, de manera automática, un proceso de búsqueda de trazos del pensamiento no deseado (imágenes relacionadas con cigarrillos). Si encuentra alguno, se inicia el proceso controlado de reemplazarlo por la idea distractora (un aspecto del paisaje verde). Los dos procesos son esenciales, ya que el individuo no sólo debe ser capaz de inhibir pensamientos sino, también, de reconocer cuáles son las ideas no deseables (Rodríguez y Rodríguez, 2000).

Según Macrae, Bodenhausen, Milne y Jetten (1994), se da la paradoja de que el ciclo de supresión de pensamientos no deseados promueve, por sí mismo, la aparición de ese tipo de pensamientos. Así, como consecuencia del proceso de búsqueda de ideas no aceptables, los pensamientos no deseados son primados muchas veces, y esta frecuente activación constituye un importante determinante de la accesibilidad de una idea. En otras palabras, la supresión de pensamientos no deseados provoca una mayor activación de éstos y una mayor accesibilidad en el futuro (véase el Cuadro 5.20).

Cuadro 5.20: Efecto de la supresión de pensamientos no deseados.

Se pidió a los participantes que describieran en una hoja un día típico en la vida de un skinhead, pero en unos casos se les indicaba que se cuidaran de hacer un relato estereotípico (condición de control), mientras en otros casos no se daba ninguna instrucción en esa dirección (condición libre). Cuando se les pidió que escribieran sobre un segundo skinhead, aquellos que habían descrito al primero en condiciones de control hicieron una descripción más estereotípica del skinhead que los de la condición libre.

Fuente: Macrae, Bodenhausen, Milne y Jetten (1994).

Otro ámbito de estudios que muestra los efectos paradójicos del fuerte deseo de control del procesamiento es el *pensamiento contrafactual*. Se trata de un pensamiento concentrado en escenarios alternativos que pudieron haber ocurrido, pero que no sucedieron. Por ejemplo, cuando se pierde un avión por apenas unos minutos, los individuos tienden a pensar, de modo recurrente, en muchos escenarios previos a la llegada al aeropuerto en los que, de haber ocurrido o actuado de otro modo, hubiesen evitado el retraso y la pérdida del avión.

Cuadro 5.21: *Efectos irónicos del pensamiento contrafactual.*

También el pensamiento contrafactual tiene efectos irónicos sobre las emociones de las personas. Por ejemplo, ¿quién cree usted que está más feliz, un atleta olímpico que ganó la medalla de plata o uno que ganó la medalla de bronce? El sentido común parece sugerir que debería sentirse más feliz el atleta que tuvo un puesto mejor (medalla de plata). Sin embargo, se ha comprobado que los ganadores de medallas de plata se sentían peor porque les era más fácil imaginarse a sí mismos ganando el evento, de modo que tenían más razonamientos contrafactuales del tipo de “casi lo consigo”, “si hubiese hecho un poco más de esfuerzo”, “si hubiese tenido un poco de suerte”. En cambio los ganadores de medallas de bronce tenían pensamientos contrafactuales más positivos, del tipo, “por poco me quedo sin medalla”, “qué bien que hice un esfuerzo final, porque sí no...”.

Fuente: Medvec, Madey y Gilovich, (1995).

Es el tipo de pensamientos que adoptan la forma “si en lugar de... hubiese hecho... no habría ocurrido esto”, en los que se cambia mentalmente algún aspecto del pasado para imaginar lo que podría haber sido.

Investigaciones previas han mostrado que, cuanto más significativo sea un evento, más intenso es el pensamiento contrafactual y, sobre todo, más inevitable será, pese a la voluntad contraria del individuo. Además, ciertos aspectos de un suceso son mentalmente más modificables que otros. Concretamente, los elementos excepcionales lo son más que los elementos rutinarios, las acciones más que las inacciones y, los elementos controlables más que los elementos incontrolables.

En síntesis, si el pensamiento controlado es consciente, intencional, voluntario y realizado con esfuerzo, y el pensamiento automático varía en alguno de esos requerimientos, el pensamiento contrafactual es claramente consciente y realizado con esfuerzo, pero no siempre es intencional o voluntario. Aun cuando el individuo desee dejar de pensar en el pasado y se centre en otra cosa, es difícil desactivar la clase de pensamiento “si en lugar de...” que caracteriza al pensamiento contrafactual.

5.7 Conclusiones

En este capítulo se ha organizado la Psicología de la Cognición social en torno a cuatro premisas que nos permiten entender cómo los seres humanos, en tanto procesadores activos de la información, son capaces de realizar con éxito el largo recorrido que va desde atender a la información hasta elaborar juicios y realizar conductas. Estas premisas son:

1. Las conductas que los seres humanos realizamos son el resultado de una interacción entre la información nueva y el conocimiento previo. Los modelos de integración de la información de Fiske y Neuberg (1990) o Kunda y Thagard (1996) representan un avance importante en esta dirección en contraste con los viejos modelos lineales o algebraicos.

2. La racionalidad humana no es producto de un razonamiento lógico basado en el análisis exhaustivo de información relevante. Más bien, su éxito adaptativo se debe al empleo de estrategias destinadas a reducir la información, emplear heurísticos y usar óptimamente los recursos disponibles en el sistema.
3. Los motivos, afectos y emociones no son ingredientes incómodos del razonamiento, sino factores imprescindibles que aportan significado y valor a las informaciones, y sobre todo, optimizan las decisiones y los planes de acción.
4. Los aspectos no conscientes y automáticos son una parte importante del escenario responsable de la conducta. La investigación en Cognición social ha comprobado que, en efecto, muchos procesos cognitivos se producen sin que el individuo sea consciente de ello. Concretamente, el repertorio de conductas incluiría un rango que iría desde el máximo automatismo hasta el máximo control, siendo ambos fundamentales en el comportamiento racional de los individuos.

Estas cuatro hipótesis nos han servido de coartada para poner de manifiesto cómo la Cognición social se preocupa por la forma en que las personas, en su vida cotidiana, extraen y organizan la información y dan sentido a su universo social. Y, ciertamente, lo hemos intentado, resaltando el semblante subjetivo y algo antojadizo del ser humano que nos parece constituye el mejor ingrediente de un organismo que nace obligado a buscar la armonía entre su enorme capacidad para razonar y su insaciable anhelo de felicidad.

5.8 Resumen

Diferentes autores han propuesto distintas definiciones de la Cognición social. Así, por ejemplo, Fiske y Taylor (1991) la han descrito como el conocimiento de cualquier “objeto humano”, bien sea uno mismo, otro individuo, grupos, roles o instituciones. Otra definición diferente entiende la Cognición social como una aproximación conceptual y empírica para comprender los fenómenos y procesos cognitivos que operan en las personas (Sherman, Judd y Park, 1989).

Sea cual sea la definición que tomemos, lo cierto es que la Cognición social es actualmente la orientación dominante en Psicología social, que estudia los procesos mentales mediante los que las personas conocen el mundo social (a sí mismos, a los otros, las relaciones interpersonales, los grupos sociales...), y que aborda todos los fenómenos de la Psicología social, desde los fenómenos intrapersonales hasta los intergrupales, pasando por los interpersonales.

A lo largo de este capítulo optamos por presentar diferentes hipótesis que mantiene este paradigma y que, no sólo ayudan a comprender cómo entiende la conducta humana, sino que sirven de igual manera para diferenciarlo de otros.

Así, en la primera hipótesis nos hemos centrado en cómo las conductas humanas son el resultado de una interacción entre la información nueva y el conocimiento previo. Esto quiere decir que los seres humanos no pasamos horas cavilando introspectivamente sobre la identidad de lo que percibimos, ni observando el brillo, color o textura de las sensaciones que nos transmite lo que tenemos ante nosotros. Tampoco elaboramos impresiones de los demás fundándonos exclusivamente en sus expectativas, deseos o ideologías, ni registramos como sensores neutrales los rasgos y conductas de los demás. La investigación en Cognición social muestra que la percepción humana es la combinación de procesamientos abajo-arriba y arriba-abajo de forma similar a los modelos propuestos por Fiske y Neuberg (1990), y Kunda y Thagard (1996), que hemos desarrollado en este capítulo.

En el marco de la segunda hipótesis hemos expuesto cómo la racionalidad humana no es el resultado de la lógica, sino del uso de atajos que potencian su capacidad adaptativa. Esta afirmación se justifica si pensamos que el razonamiento humano tiene que llevarse a cabo en condiciones extraordinariamente difíciles, ya que las personas poseemos mucha información, no disponemos de tiempo suficiente,

Continúa

y los recursos cognitivos se encuentran limitados por presiones sociales de distinta naturaleza. Estas dificultades, sin embargo, no merman la calidad de las decisiones porque, justamente, el ser humano dispone de estrategias que optimizan los recursos cognitivos. Así, el uso de estructuras de conocimiento que funcionan como un distribuidor y organizador de la información procesada, los filtros sensoriales que limitan el universo de estímulos, y los heurísticos que simulan reglas de cómputo convierten la racionalidad humana en un producto altamente adaptativo.

Con la tercera hipótesis nos hemos aproximado al papel de afecto y emoción en los juicios. Concretamente, se ha defendido que los motivos, afectos y emociones no sólo no interfieren negativamente en la racionalidad humana, sino que son indispensables para lograrla. En este sentido, motivos, afectos y emociones no tienen únicamente un valor energético en la conducta, sino que también determinan la valencia de lo que se encuentra en el universo humano. Gracias a los motivos, afectos y emociones, las personas organizan y procesan la información de un modo autoreferente y toman decisiones que contribuyen a adaptarlas a su entorno. Ciertamente, a veces pueden dar lugar a la irracionalidad, pero incluso en esos casos son esenciales, especialmente en el ámbito personal y social.

Con la última hipótesis nuestro objetivo fue exponer cómo los aspectos no conscientes y automáticos son una parte importante del escenario responsable de la conducta. Concretamente, se muestra que el procesamiento automático es una habilidad de nuestro diseño biológico cerebral que contribuye a responder adaptativamente al medio sin un coste cognitivo y emocional significativo, y que lo más frecuente en el ser humano es la combinación de estrategias conscientes y no conscientes en proporciones variables que contribuyen a optimizar el comportamiento social. Esta automaticidad da cuenta de una de las herramientas cognitivas más valiosas, la inferencia, en cuyos márgenes confluyen tanto las informaciones procedentes de la estructura de conocimiento como las procedentes del medio.

En síntesis, la Psicología de la Cognición social que hemos presentado en este capítulo se interesa por el modo en que los individuos extraen y organizan la información social. Para la Cognición social los individuos son procesadores activos de la información capaces de integrar informaciones nuevas con conocimientos previos. Además, en este proceso de integración de diferentes informaciones tienen un papel fundamental aspectos que hasta hace muy poco tiempo se consideraba que distorsionaban la racionalidad humana. Así, la Psicología de la Cognición social se interesa por la importancia que tienen los heurísticos, los motivos, afectos y emociones así como aspectos no conscientes y automáticos, en la capacidad adaptativa del ser humano.

Términos de glosario

Activación subliminal

Afecto

Atribución

Automaticidad

Cognición social

Correlación ilusoria

Esquemas

Heurísticos cognitivos

Memoria explícita

Memoria implícita

Pensamiento contrafactual

Procesamiento inconsciente

Procesos cognitivos

Psicología social

Saliencia

Sesgo cognitivo

Lecturas y otros recursos recomendados

Damasio, A. R. (1996). *El error de Descartes*. Barcelona: Grijalbo Mondadori.

Damasio es un firme defensor del papel que juegan las emociones en la racionalidad humana. La exposición de casos clínicos y las reflexiones que desarrolla de modo sistemático y con sencillez envidiables nos conducen a tres conclusiones. Primero, que los sentimientos son herramientas indispensables en la toma de decisiones. Segundo, que los sentimientos no son un producto maldito ni un proceso inocuo del diseño cognitivo, sino imprescindibles para conocer al organismo en su libre curso biológico completo. Tercero, que el cuerpo es el marco de referencia de los procesos mentales que experimentamos y, más exactamente, de la conciencia.

Gazzaniga, M. S. (1993). *El cerebro social*. Madrid: Alianza (Trabajo original publicado en 1985).

Este es un libro muy entretenido en el que el autor nos cuenta cómo está organizado nuestro cerebro y el modo en que construimos nuestras creencias. Gazzaniga nos introduce en la historia de sus descubrimientos con un estilo en el que entremezcla con ingenio, anécdotas, hechos biográficos, e investigaciones. A partir de un axioma corriente en la investigación neurológica, según la cual, si se desea comprender el procesamiento de algo lo mejor es observarlo funcionando en mal estado, Gazzaniga nos introduce en el extraordinario mundo de la cognición humana trabajando con pacientes epilépticos a los que se había seccionado el cuerpo calloso y desvinculado los dos hemisferios cerebrales.

Morgado, I. (Ed.) (2002). *Emoción y conocimiento. La evolución del cerebro y la inteligencia*. Barcelona: Tusquets Editores.

Morgado, catedrático de Psicobiología, recoge en este libro un conjunto de conferencias dictadas por expertos mundiales en el campo de la inteligencia artificial, las emociones y el cerebro. Aunque es un libro denso, muchas de sus aportaciones son realmente fascinantes. Por ejemplo, el capítulo de Le Doux sobre el aprendizaje del miedo nos sirve a los psicólogos sociales para entender la eficacia de los mecanismos de persuasión que emplean el temor.

Sacks, O. (2002). *El hombre que confundió a su mujer con un sombrero*. Barcelona: Anagrama (Trabajo original publicado en 1985).

Oliver Sacks, un neurólogo con extensos conocimientos psicológicos, sigue la tradición de quienes encuentran regusto en los relatos clínicos con contenido humano. En este libro, se presentan veinte historias que enseñan a ver, desde una perspectiva científica y sumamente tierna, la historia de individuos que han perdido la memoria, individuos que no reconocen a sus familias, e individuos que muchos calificarían de retrasados mentales y que, no obstante, cuentan con destrezas singulares muy ingeniosas. En unos casos, se trata de personas que han perdido la capacidad para componer representaciones abstractas, y en otros, la capacidad para lo emotivo, lo concreto y lo personal. En unos dominan los arrebatos, la percepción alterada y la imaginación; en otros se trata de individuos capaces de entender el mundo como símbolos, como una forma simple llena de pormenores intrascendentes.

Schacter, D. L. (1999). *En busca de la memoria. El cerebro, la mente y el pasado*. Barcelona: Liberdúplex. (Trabajo original publicado en 1996).

Este libro es un compendio de los últimos desarrollos en el campo de la memoria, pero excelentemente ilustrado con casos clínicos y testimonios reales. El libro pasa revista a la memoria explícita, a las influencias inconscientes que ejercen experiencias pasadas, el efecto de episodios traumáticos y, finalmente, al polémico concepto de los falsos recuerdos. El libro está repleto de referencias autobiográficas que hacen muy ligera la lectura de temas que en pocas ocasiones son tratados con tanta amenidad.

Sutherland, S. (1996). *Irracionalidad. El enemigo interior*. Madrid: Alianza (Trabajo original publicado en 1992).

Este libro ayuda a entender de un modo muy práctico los heurísticos que dominan el razonamiento humano. Sutherland hace un repaso de más de una veintena de situaciones en las que el razonamiento no se atiene a formatos lógicos ni cartesianos. Incluso en ámbitos extraordinariamente importantes, como la determinación de la causa de lo que ocurre o la estimación de riesgos, los seres humanos se guían por claves que muestran que la racionalidad depende más de factores emocionales y motivacionales que de una auténtica actitud epistemológica ante la vida. Además, junto a los sesgos más tratados por la Cognición social, el autor aborda otros menos conocidos como el pensamiento primitivo y las razones en las que se “apoyan” las creencias supersticiosas y mágicas.

<http://psychcentral.com/psypsyh/List-of-cognitive-biases>.

Esta página web presenta un listado exhaustivo de los distintos sesgos cognitivos investigados actualmente en Psicología. Es muy útil para distinguirlos y tener una definición sencilla y muy breve de cada uno.

Categorización social y construcción de las categorías sociales

Marina Herrera Torres y Stephen Reicher

Objetivos

El objetivo principal de este capítulo consiste en proporcionar una visión amplia del proceso de categorización social, lo que a nuestro modo de ver requiere analizar cómo se construyen las categorías sociales. El desarrollo del capítulo permite el logro de dicho objetivo de forma gradual.

- En primer lugar, se trata de comprender que la categorización social no es una consecuencia de las limitaciones cognitivas del ser humano, sino el resultado de la interacción entre el perceptor y la realidad social.
- En segundo lugar, se trata de conocer que las categorías sociales constituyen representaciones variables de la realidad y, por tanto, son flexibles, variando en función de los cambios que se producen en el contexto comparativo.
- En tercer lugar, se propone que las categorías sociales no pueden ser definidas desde un punto de vista meramente “perceptual” y, por tanto, no se las debe presuponer o imponer, sino que hay que analizar cómo se crean y construyen activamente.
- En cuarto lugar, se muestra la implicación del proceso de construcción activa de las categorías en la conducta colectiva.
- Por último, se plantea la construcción de las categorías sociales como estrategias de influencia, analizándose el rol activo que en este proceso desempeñan los líderes y su relación con la movilización de las masas.

6.1 Psicología social y categorización social: de la categorización como simplificación cognitiva a la categorización del yo

La categorización es, sin duda, uno de los procesos centrales estudiados por los psicólogos (véase Pérez, 1989). Existe una larga tradición en Psicología social que plantea que su carácter fundamental se debe a que el mundo es demasiado complejo para que podamos sobrevivir sin disponer de estrategias para simplificarlo y ordenarlo. Así, desde la perspectiva de la Cognición social se señala que la *categorización* es un proceso cuya finalidad es hacer más sencillo el procesamiento de la información. Según Hamilton y Troiler (1986, p. 128) “categorizamos a las personas en grupos como un medio de reducir la cantidad de información a la que tenemos que enfrentarnos”. De esta manera, se asume que la simplificación de la realidad, propia del proceso de categorización, conduce necesariamente a una deformación de dicha realidad. Los seres humanos somos *avaros cognitivos*, según la célebre expresión de Fiske y Taylor (1984, p. 12); es decir, categorizamos porque tenemos una capacidad limitada de procesar información, y esta capacidad cognitiva limitada nos lleva a modificar los estímulos que nos llegan. La categorización no es más que una consecuencia de las limitaciones del cerebro humano y por tanto conduce inevitablemente a distorsiones y errores en los juicios. Se trata, pues, de un error cognitivo funcional.



El concepto de “raza” es la respuesta a nuestra necesidad de simplificar la enorme diversidad de los tipos humanos. Pero, como ha demostrado la investigación realizada, esas categorías no tienen una base biológica.

Ciertamente, categorizar implica economizar desde el punto de vista cognitivo, en la medida en que sin la categorización tendríamos que reaccionar a cada estímulo como una experiencia nueva. Sin embargo, desde la perspectiva de la categorización del yo, Oakes (Oakes y Turner, 1990) subraya —basándose en el trabajo clásico de Bruner (1957) *On Perceptual readiness*— que la categorización, más que reducir o empobrecer la experiencia perceptual, la enriquece, permitiendo al perceptor ir más allá de la mera estimulación sensorial, identificando los objetos y sucesos, y dándoles sentido.

De hecho, en los últimos años ha habido un amplio debate entre los teóricos de la Cognición social y los de la categorización social respecto a la relación entre las categorías y la realidad social. Mientras que la Cognición social asume que la percepción categorial es una deformación de la realidad social debido a la complejidad de ésta, la *categorización del yo* (Turner, Hogg, Oakes, Reicher y Wetherell, 1987) propone que la manera en la que nos categorizamos a nosotros mismos y categorizamos a los demás (para lo cual utiliza el término de *categorías sociales*) está determinada por las relaciones sociales que se producen en el contexto social. En lugar de distorsionar la realidad, las categorías la reflejan: son el resultado de la interacción entre el perceptor y la realidad social (Turner, Oakes, Haslam y McGarty, 1994).

Así, si vemos a las personas como miembros de un grupo es porque están organizadas en la realidad como miembros de dicho grupo; en otras palabras, definimos a las personas como miembros de una categoría social porque actúan como miembros de esa categoría. Por tanto, la categorización es un juicio social verídico, lo que significa que las categorías psicológicas que

utilizamos reflejan características del mundo social (Oakes, 1987; Oakes, Haslam y Turner, 1994). Además, debido a que las formas de organización social cambian, la manera en la que percibimos las categorías sociales también cambia, esto es, las percepciones de las categorías sociales reflejan los cambios que se producen en las relaciones entre los grupos en el contexto social (Turner, 1999).



John C. Turner
Universidad Nacional de Australia

J. C. Turner desarrolló la Teoría de la categorización del yo en los años 80 (Turner, 1982; Turner y cols., 1987). Se trataba de una continuación y ampliación de la Teoría de la identidad social (Tajfel, 1982).

Su supuesto básico es que la concepción de uno mismo refleja la categorización del yo, esto es, la agrupación cognitiva de uno mismo como idéntico a alguna clase de estímulos en comparación con otra clase de estímulos.

Como sucede con todos los sistemas de categorías naturales, la categorización del yo puede existir en diferentes niveles de abstracción, siendo más inclusivos los niveles superiores (véase Rosch, 1978). Así, una categoría del yo, por ejemplo, “científico”, se considera más abstracta que otra, por ejemplo, “físico”, en tanto aquella puede contener a ésta, pero ésta no puede contener a aquella (todos los físicos son científicos, pero no todos los científicos son físicos). Por tanto, “el yo” es considerado como un sistema complejo que puede ser definido en varios niveles de abstracción.

En general, la teoría distingue tres niveles de abstracción de la categorización del yo. Véase el Cuadro 6.1.

Cuadro 6.1: *Los tres niveles de categorización del yo.*

- *Nivel interpersonal:* nivel subordinado de abstracción que define nuestra identidad personal (nos definimos a nosotros mismos en función de lo que nos hace únicos como individuos en comparación con otros individuos).
- *Nivel intergrupar:* nivel intermedio de abstracción que define nuestra identidad social (nos definimos a nosotros mismos como miembros de determinados grupos en comparación con los miembros de otros grupos).
- *Nivel interespecies:* nivel superordenado e interespecífico de abstracción, el yo como ser humano (nos definimos a nosotros mismos como seres humanos en comparación con otras especies).

Fuente: Turner y cols. (1987).

Es importante tener en cuenta que dichos niveles de abstracción no vienen definidos por unos atributos concretos, sino por el ámbito en el que las personas están siendo categorizadas y comparadas. Por ejemplo, dependiendo del contexto, el “egoísmo” puede ser una característica que defina una identidad personal, una categoría social concreta, o al ser humano en general.

Dentro del nivel intermedio de abstracción del yo (el nivel intergrupar), se considera que pertenecemos (y nos consideramos pertenecientes) a diversos grupos y, por tanto, tenemos un abanico de identidades sociales en función de dichas diferentes pertenencias: por ejemplo, un individuo puede definirse como español, conservador, católico, y otros atributos por el estilo; o puede considerarse estudiante de Psicología cuando está en la universidad por la mañana, socialista cuando está en un mitin por la tarde, o seguidor del Valencia Club de Fútbol cuando está viendo un partido por la noche. Además, cuando se comporta en función de una identidad social concreta, actúa sobre la base de unas creencias, normas y valores asociados a dicha identidad. Así, como estudiante de Psicología puede ser desapasionado y objetivo; y como seguidor de su equipo de fútbol puede ser apasionado y partidista.

Por otro lado, la forma en que nos categorizamos a nosotros mismos y en que categorizamos a los otros en un contexto social determinará quién va a ser considerado similar y quien diferente, quién va a ser considerado un aliado y quién rechazado como un extraño. Por ejemplo, para un hipotético francés conservador, un francés socialista puede ser considerado como “uno de nosotros” si las categorías nacionales son salientes, o como “uno de ellos” si lo que destacan son las categorías políticas. Por tanto, las categorías sociales definen a quién consideramos como uno de los nuestros (*endogrupo*) y a quién como uno de ellos (*exogrupo*).

RECUADRO: ¿Por qué categorizamos la realidad social de la forma en que lo hacemos?
(Elena Gaviria Stewart)

La vida social plantea riesgos además de recompensas, de forma que las personas deben ser selectivas a la hora de decidir con quién entablar amistad, relaciones románticas, negocios, a quién evitar, y otras acciones por el estilo. A veces, esas decisiones se pueden basar en la experiencia directa de interacción con el otro, pero esto no siempre es posible ni, en determinados casos, recomendable. Entonces nos fijamos en sus rasgos externos (físicos o conductuales) para clasificarlo dentro de alguna categoría conocida, y a partir de ella extraemos las inferencias que nos permitan decidir cómo comportarnos con esa persona.

Aunque esto a primera vista parece muy laborioso, la categorización social es un proceso cognitivo bastante automático que permite procesar gran cantidad de información de forma rápida y eficaz. Por otra parte, tampoco se trata de un logro exclusivo de la prodigiosa mente humana, sino que se manifiesta en muchas otras especies. Por ejemplo, muchos primates distinguen perfectamente entre categorías de parentesco (qué individuos son de qué familia), de estatus (qué individuos son dominantes sobre qué otros) y grupales (quiénes son de mi grupo y quiénes no).

Los psicólogos evolucionistas sostienen que nuestra capacidad para categorizar la realidad social ha evolucionado porque resultó útil para nuestros ancestros en su lucha por la supervivencia y la reproducción. En un ambiente en el que la cooperación era vital, poder discriminar entre el amigo y el enemigo, entre el que colabora y el que se aprovecha del trabajo de otros, por ejemplo, y hacerlo de forma rápida, puede haber supuesto la diferencia entre la vida y la muerte.

Siguiendo este razonamiento, Neuberg y Cottrell (2006) sugieren, y la literatura apoya esta sugerencia, que las personas tenderemos a hacer categorizaciones sociales más fácilmente en relación con determinadas dimensiones que con otras; en concreto, en relación con aquellas características que aporten información relevante para nuestra eficacia biológica inclusiva, como el sexo, la edad (individuos de distintas edades suponen diferentes oportunidades y desafíos) o la pertenencia grupal.

Pero la categorización social es sólo el paso previo a nuestra conducta hacia los miembros de una determinada categoría. Por ejemplo, según los psicólogos evolucionistas, el hecho de clasificar a otros como miembros del endogrupo o del exogrupo activa dos circuitos cerebrales o programas de toma de decisiones muy diferentes (Krebs y Denton, 1997). Los procesos cognitivos que se activan cuando categorizamos a alguien como miembro del exogrupo dan lugar a percepciones y caracterizaciones globales, abstractas y negativas, que tienden a provocar conductas defensivas, competitivas, explotadoras o agresivas, mientras que los procesos cognitivos que se activan cuando categorizamos a otros como miembros del endogrupo son más complejos. Tendemos a discriminar entre los miembros del endogrupo en función de su potencial para contribuir a nuestra eficacia biológica (no todos son igual de fiables, igual de capaces a la hora de colaborar, igual de próximos en su parentesco con nosotros, y así sucesivamente). De ahí que la visión del endogrupo no sea tan homogénea como la del exogrupo.

Sin embargo, esos programas cognitivos que usamos para categorizar a los demás son flexibles y sensibles al contexto; sólo así pueden resultar útiles en unas condiciones sociales a menudo cambiantes: la forma en que vemos a los otros puede variar de hoy a mañana, y el que hoy es nuestro amigo, mañana puede no serlo. Desde esta perspectiva, el principio que en última instancia regula nuestra categorización de los demás se basa en un juicio implícito (no consciente) sobre si será más ventajoso para nosotros cooperar o competir con ellos. Cuando lo que conviene es cooperar, vemos al otro con la lente endogrupal, pero si nuestros intereses entran en conflicto y es necesario competir, cambiamos rápidamente la lente y le convertimos en miembro del exogrupo.

6.2 La saliencia de las categorías sociales

Según la Teoría de la categorización del yo, la *saliencia de las categorías* hace referencia a las condiciones que conducen a las personas a categorizarse en un nivel social, con preferencia a uno individual (o viceversa) en una situación concreta, así como el nivel social que será más utilizado, esto es, qué categorías sociales específicas, entre las diferentes categorías posibles, serán psicológicamente significativas en una situación determinada. Véase el Cuadro 6.2.

Cuadro 6.2: “Accesibilidad” y “ajuste” como determinantes de la saliencia.

La Teoría de la categorización del yo postula que la saliencia de una categoría es función de su accesibilidad y de su ajuste:

Accesibilidad: hace referencia a la disposición de las personas a utilizar categorías que son centrales, relevantes o útiles, en función de la experiencia pasada, las expectativas presentes, y los motivos, valores, metas y necesidades actuales.

Ajuste: se refiere a la relación entre las categorías y la realidad externa, y se divide en dos aspectos complementarios.

- *Ajuste comparativo:* se basa en el principio según el cual las categorías que van a ser más salientes son aquellas que maximizan la “razón de meta-contraste”, esto es, que hacen que las diferencias entre los grupos sean máximas y que las diferencias dentro del grupo sean mínimas en las dimensiones relevantes de comparación.
- *Ajuste normativo:* se refiere a que esas diferencias intergrupo y semejanzas intragrupo deben coincidir con las expectativas normativas o estereotipos de dichas categorías para que éstas sean salientes.

Fuente: Oakes (1987), Oakes y Turner (1986), Oakes, Turner y Haslam (1991).



Penelope J. Oakes
Universidad Nacional de Australia

Los conceptos de ajuste, a diferencia del de accesibilidad, se han investigado ampliamente. Existe evidencia experimental que muestra que los observadores categorizan a las personas en función de los principios de ajuste comparativo y normativo (Oakes y cols., 1991).

Como ejemplo de esos dos tipos de ajuste, consideremos el caso en el que serían utilizadas las categorías de género para representar una discusión entre hombres y mujeres: dichas categorías serían significativas si todos los hombres en una habitación están diciendo una cosa y todas las mujeres otra (*ajuste comparativo*); y si, además, lo que están diciendo los hombres coincide con nuestras expectativas o estereotipos sobre la conducta masculina y lo que dicen las mujeres coincide con nuestras expectativas o estereotipos sobre la conducta femenina (*ajuste normativo*), entonces la probabilidad de categorizarlos en función del género aumentará.

Una implicación clave de esta concepción es que la categorización depende de quién esté presente en el contexto. Por ejemplo, si en un debate hay feministas radicales y feministas moderadas, entonces las diferencias entre ellas parecerán mayores y podrían ser categorizadas como opuestas unas a las otras. Sin embargo, si entran a formar parte del debate algunas anti-feministas, las diferencias entre las facciones (feministas radicales y moderadas) se harían comparativamente más

pequeñas respecto a las diferencias entre las feministas y quienes apoyan las relaciones de género tradicionales. Por tanto, la saliencia cambiaría de “feministas moderadas” *versus* “radicales” a “feministas” *versus* “anti-feministas” (véase David y Turner, 1996).

Esta formulación de la categorización del yo presenta algunas ventajas, recogidas en el Cuadro 6.3 (véase Hopkins y Reicher, 1997):

Cuadro 6.3: Características del enfoque de la categorización del yo.

- En primer lugar, la teoría rechaza la visión de que la percepción de uno mismo y de los otros en categorías sociales es una percepción distorsionada, una especie de resultado de las limitaciones del ser humano en la capacidad de procesar información.
- En segundo lugar, plantea que el yo no es una estructura mental fija, sino el resultado de un proceso dinámico en el que la categorización del yo es una consecuencia de la relación del perceptor con la realidad social.
- En tercer lugar, debido a que la razón de meta-contraste es comparativa, tanto la selección de las categorías como su definición dependen del contexto. También el prototipo de la categoría (esto es, la posición que mejor representa las similitudes dentro de la categoría y las diferencias entre las categorías) depende del contexto o marco de referencia.

6.3 Categorización y contexto: las categorías sociales como representaciones variables de la realidad

Categorización y contexto comparativo

Si, como hemos señalado, desde la Teoría de la categorización del yo se ha utilizado el Principio de ajuste, y concretamente el ajuste comparativo (o la razón de meta-contraste), para explicar el contenido de las categorías, el hecho de que este principio sea comparativo implica que tanto la elección de las categorías como su contenido son flexibles y cambian en función de quién sea incluido en el contexto. Del mismo modo, si la posición prototípica del grupo hacia la cual los miembros van a converger es la que minimiza las diferencias intragrupo comparado con las diferencias intergrupo, dicha posición variará en función de los exogrupos que estén presentes en un contexto comparativo específico (Oakes y cols., 1991; Turner, 1999).

Existe amplia evidencia respecto a la flexibilidad de las categorías y a la forma en que su percepción varía en función de los cambios que se producen en las relaciones entre los grupos. La investigación desarrollada por Haslam y colaboradores lo ha demostrado ampliamente.



Alex Haslam
Universidad de Exeter,
Inglaterra

En un estudio (Doosje, Haslam, Spears, Oakes y Koomen, 1998) se pidió a los participantes que juzgaran a estudiantes de Psicología (grupo al que ellos pertenecían) en condiciones en las que este grupo era comparado con uno u otros dos grupos: estudiantes de Física y/o Arte dramático. Tenían que juzgar a estos grupos en relación con dos atributos típicos de cada uno de ellos (“científico” y “artístico”, respectivamente). De acuerdo con el Principio de meta-contraste, se consideró a los estudiantes de Psicología más “científicos” cuando se los comparaba con los estudiantes de Arte dramático que cuando se los comparaba con los estudiantes de Física. Sin embargo, se los consideró más “artísticos” cuando se los comparaba con los estudiantes de física que cuando se los comparaba con los estudiantes de Arte dramático.

RECUADRO: Influencia del término de comparación sobre los estereotipos.*

El estereotipo de los estadounidenses en Australia cambió, durante la Guerra del Golfo Pérsico 1990-91, en función de las naciones con las que se les comparaba. En el estudio había tres condiciones:

- *Comparación de rango restringido*: sólo se hacía referencia a los estadounidenses, australianos y británicos.
- *Comparación de rango medio*: se añadió a la lista a los rusos.
- *Comparación de rango extendido*: se incluyó a rusos e iraquíes.

Se demuestra que los estereotipos son flexibles y que cambian en función del contexto comparativo. Al principio de la guerra, a los estadounidenses se los percibía de manera más negativa que a los iraquíes (condición de rango extendido). Al final, se los percibía de forma más positiva en esta misma condición.

Este cambio se explica en función de la implicación de Australia en el conflicto. Al principio de la guerra, los australianos eran contrarios a la actuación bélica de los estadounidenses (se veía a los Estados Unidos como el exogrupo), mientras que al final esta percepción se había modificado. Australia se había unido a Estados Unidos en una coalición militar anti-Irak, y, por tanto, ahora era Irak el país que se percibía como el enemigo común (exogrupo).

Pero esto no sucedió en las condiciones de rango medio y restringido, en las que no se mencionaba Irak. En ellas los estereotipos de los estadounidenses se hicieron, en general, menos favorables a medida que la Guerra del Golfo transcurría.

Fuente: Haslam, Turner, Oakes, McGarty y Hayes (1992).

* Los estereotipos se estudian en el Capítulo 8 de este volumen. Se sugiere que el alumno lea la definición de este término en dicho capítulo y que vuelva a leer este recuadro después.

Hopkins y sus colaboradores (véase Hopkins, Regan y Abell, 1997) también han demostrado que el autoestereotipo de los escoceses varía en función de con quién se los compare. Así, por ejemplo, se los considera menos cariñosos y sociables si se los compara con los griegos que si se los compara con los ingleses.

Estos resultados apoyan, por tanto, la conclusión de que el contenido de las categorías es más flexible de lo que tradicionalmente se ha asumido y varía en función de las relaciones intergrupo que sean salientes en un contexto determinado.

Categorización y proceso de “consensualización”

Trabajos recientes, en los que se relacionan los hallazgos de la investigación sobre la saliencia con el análisis de la influencia social desde la Teoría de la categorización del yo, han introducido el concepto de *consensualización* de grupo (Haslam, Turner, Oakes, McGarty y Reynolds, 1998). Según este proceso, cuando el contexto social conduce a que las personas se definan como pertenecientes a un grupo determinado, esperarán estar de acuerdo con los miembros de la misma categoría saliente, y trabajarán activamente con el fin de alcanzar el acuerdo. La incorporación de este concepto supone que el acuerdo entre los miembros de un grupo no es un producto automático resultado de la pertenencia grupal, sino que quienes comparten una categorización saliente esperarán estar de acuerdo con los demás miembros del grupo e interactuarán bajo dicho supuesto. Por tanto, el consenso no es una consecuencia inmediata y automática de la categorización, sino el resultado del proceso de consensualización.

En una serie de estudios Haslam y sus colaboradores (Haslam y cols., 1998; Haslam, Oakes, Reynolds y Turner, 1999) han mostrado que el estereotipo que los estudiantes australianos tienen de su endogrupo nacional es más “consensuado” cuando se hace saliente una identidad nacional compartida en un contexto comparativo (por ejemplo, cuando el escenario experimental implica comparaciones intergrupales). Esto significa que, mientras que los estudiantes seleccionan una amplia variedad de rasgos cuando sólo tienen que describir a los australianos y no se hace referencia a otras naciones, sus elecciones son mucho más uniformes cuando lo hacen después de una discusión de grupo en la que se compara a los australianos con otros grupos nacionales (véase el Cuadro 6.4).

Cuadro 6.4: *Cómo llega un grupo al consenso.*

En concreto, Haslam y sus colaboradores pidieron a estudiantes australianos que completaran la técnica de la lista de adjetivos de Katz y Braly individualmente y después en grupos de cuatro personas. A dos grupos se les pidió que asignaran rasgos a los australianos (contexto intragrupo) y a otros dos que asignaran rasgos a los estadounidenses (contexto intergrupo). En los dos casos se grabaron las discusiones de los grupos. El patrón de respuesta en este experimento coincidió con el encontrado por Haslam en estudios previos: la interacción tuvo un efecto de consensualización en ambos estereotipos, pero, como se esperaba, fue mucho más pronunciado en el contexto intergrupo, en el que los participantes discutían sobre los estadounidenses, que en el contexto intragrupo, en el que discutían sobre los australianos, debido a que en el primer caso se hacía saliente su identidad nacional (como australianos).

Si bien estos estudios han supuesto un importante avance en la Teoría de la categorización del yo al plantear que el consenso no es una consecuencia inmediata y automática de la categorización, sino el resultado de un proceso de consensualización, recientemente se ha cuestionado el supuesto de que dicho proceso siempre conduzca al consenso. El hecho de que los miembros de los grupos se esfuercen por alcanzar un acuerdo con el fin de validar sus percepciones individuales no significa que el consenso esté garantizado. De hecho, en muchas ocasiones el desacuerdo (como resultado de mantener puntos de vista diferentes) puede conducir a la división, esto es, a la redefinición de los límites de las categorías sociales. Como muestra el trabajo de Reicher y Sani (Reicher y Sani, 1998; Sani y Reicher, 1998, 1999), los miembros de un partido político o de un movimiento religioso tenderán a desarrollar políticas divergentes cuando se produzca un desacuerdo sobre las características que definen su identidad compartida.

6.4 La construcción de las categorías sociales

En los últimos años se han subrayado algunas limitaciones de la Teoría de la categorización del yo, considerándola una perspectiva esencialmente “perceptualista” (Reicher, 2001, 2004; Reicher y Hopkins, 2001a, b). Se señala que, si bien la oposición de los teóricos de la categorización del yo a la perspectiva de la Cognición social les ha llevado a enfatizar la relación entre las categorías y la realidad social, al mismo tiempo esta oposición les ha impedido investigar dicha relación de una manera apropiada. Así, con el fin de refutar la perspectiva del “avaro cognitivo”, los teóricos de la categorización del yo se han centrado en el análisis de cómo las categorías están determinadas por su “ajuste” con la organización real de los estímulos en el contexto social. De esta manera, su investigación ha estado principalmente dirigida al análisis de cómo la realidad social impone la categorización social, presuponiendo las categorías de manera automática (se asume que la definición de las categorías viene dada por las características “perceptuales” del contexto), y

situando el foco de atención en lo que ocurre dadas ciertas categorías. Las categorías se consideran, pues, evidentes en sí mismas y no se tiene en cuenta cómo se construyen o se definen.

Así, por ejemplo, Reicher (2004; Reicher y Hopkins, 2001a) coincide con los teóricos de la categorización del yo en señalar que las categorías están relacionadas con la realidad social. Del mismo modo, reconoce que la estructura categorial de la realidad social cambia de una situación a otra, así como que las categorías a través de las cuales nos categorizamos a nosotros mismos y a los demás cambian en función de la situación. También coincide en destacar que sería incorrecto presuponer que una misma persona siempre debe ser definida en función de la misma categoría. Por ejemplo, sería un error sugerir que los hombres y las mujeres siempre se categorizarán como tales, y que un hombre siempre estará en un exogrupo respecto a una mujer (véase David y Turner, 1996): ello puede ser verdad en algunos contextos, pero si esos hombres y mujeres fueran todos estudiantes y estuvieran discutiendo con un grupo mixto de políticos sobre las tasas de la universidad, entonces la categorización de “estudiante” sería más prominente, y se esperaría que los estudiantes se consideraran miembros del endogrupo, independientemente del género.



Stephen Reicher
Universidad de St. Andrews, Escocia

Hay dos aspectos de la realidad social que los teóricos de la categorización del yo consideran como algo dado:

- # La definición de las categorías.
- # El contexto social.

Este es el punto de partida del análisis realizado por Reicher y sus colaboradores (Reicher, 2004; Reicher y Hopkins 2001a, b).

Así, por un lado, en los experimentos en los que se analizan los principios de ajuste el contexto es impuesto por el experimentador (los sujetos ven un video en el que el experimentador ha definido previamente las categorías que tienen que ser juzgadas). Por otro lado, si bien como ya se vio anteriormente, diversos experimentos (Haslam y Turner, 1992; Haslam y cols., 1992) muestran que la evaluación de un endogrupo cambia según los exogrupos que se introducen en el contexto comparativo, es el experimentador quien define el contexto y presenta la lista de los grupos con los que hay que compararse. Por tanto, desde esta perspectiva, el contexto social tiende a ser “reificado”, esto es, en la medida en que se impone a los sujetos las características del contexto y se definen estas características de tal manera que sean percibidas del mismo modo por todos los participantes, el contexto termina siendo una realidad compuesta de características objetivas externas al propio individuo. Sin embargo, fuera del laboratorio no es tan fácil definir el contexto, ya que éste no es tan obvio y transparente como plantean los teóricos de la categorización del yo; más bien al contrario, en la mayoría de las situaciones del “mundo real”, el contexto social es con frecuencia ambiguo y está sujeto a múltiples interpretaciones (Herrera, 2003 a, b; Herrera y Reicher, 2001; Reicher, 1993) (véase el Cuadro 6.5).

Cuadro 6.5: *Ambigüedad del contexto social en las situaciones del “mundo real”.*

Se demostró, en el contexto de la Guerra del Golfo 1990-91, que diferentes personas pueden construir el mismo suceso utilizando diferentes categorías:

- Los partidarios de la acción militar para recuperar Kuwait construían la guerra como la “civilización” en general (endogrupo) en contra de la barbarie de Saddam Hussein (exogrupo).
- Los que se oponían a la acción militar la construían como resultado de los intereses de la élite político militar (exogrupo) frente a las consecuencias de su acción sobre los ciudadanos (endogrupo).

Estas diferencias en la construcción de un conflicto muestran que las personas pueden diferir a la hora de definir los lados en él implicados, esto es, pueden diferir en la definición de quién es su endogrupo y quién su exogrupo. Más importante todavía, en función de cómo definan dichos lados, adoptarán una determinada posición respecto al conflicto.

En el caso comentado:

- si se definen las categorías del Conflicto del Golfo como el mundo civilizado frente a Saddam Hussein, es más probable que las personas tiendan a considerarse parte del grupo pro-guerra,
- pero si se las define como líderes con intereses políticos frente a ciudadanos víctimas de la guerra, es más probable que tiendan a considerarse parte del grupo anti-guerra.

Por tanto, la implicación es que a la pregunta, tantas veces formulada, “¿de qué lado estás?”, se responderá en función de cómo se definan los lados, esto es, dicha respuesta va a depender necesariamente de una respuesta anterior, en concreto, de la que se dé a la cuestión: “¿cuáles son los lados?”.

Fuente: Herrera y Reicher (1998).

Un mismo suceso se puede construir de formas diferentes, según cómo se definan las categorías implicadas. Esto es lo que muestra la fotografía que se presenta debajo.



La imagen de la izquierda representa a Saddam Hussein, en una escena en la que, supuestamente, lidera a su pueblo contra la “civilización occidental”.

En definitiva, lo que esto pone de manifiesto es que, con frecuencia, en nuestro mundo social no se puede sin más presuponer el contexto ni imponer las categorías. Dentro de un mismo contexto, las personas pueden diferir sobre qué categorías son relevantes, sobre el contenido de los estereotipos categoriales e, incluso, sobre quién es el prototipo de la categoría. De ahí que, como señala Reicher (1993; 2004), la Teoría de la categorización del yo necesita desarrollar esta relación entre las *categorías* y el *contexto*.

La construcción de las categorías sociales en la conducta colectiva

Los trabajos de Reicher sobre el comportamiento de las multitudes constituyen un claro ejemplo de cómo las categorías e identidades, lejos de estar rígidamente relacionadas con la existencia social, se construyen de manera activa para crear relaciones sociales. Por un lado, Reicher y sus colaboradores han llevado a cabo una serie de estudios experimentales que muestran que,

cuando diferentes identidades sociales se hacen salientes, las normas a las que las personas se adhieren también difieren (Reicher, 1984; Reicher y Levine, 1994; Reicher, Levine y Gordijn, 1998). Por otro lado, en sus estudios de campo han demostrado que hay una relación clara entre la identidad social construida por los participantes y los límites en las acciones que llevan a cabo los miembros de la multitud (Reicher, 1982, 1984, 1987, 1996a).

Los disturbios de St. Pauls

En el primero de sus estudios de campo, este autor (Reicher, 1984; Reicher y Potter, 1985) analiza un disturbio que tuvo lugar en Inglaterra, en el distrito de St. Pauls, en Bristol, en la primavera de 1980.



Los disturbios de St. Pauls

Los sucesos se produjeron como consecuencia de una redada policial en un bar, cuyo propietario era negro y fue arrestado, lo que condujo a cinco horas de conflicto en el que se produjeron violentos ataques. Cuando, en una primera etapa, policías con perros entraron en el café y sacaron las cajas de cerveza que había en la bodega, no se puso ninguna objeción. Sin embargo, el sentimiento generalizado era que la policía estaba sobrepasando los límites de la acción legítima. Posteriormente, cuando se vio a tres oficiales de la policía persiguiendo a un joven negro fuera del café, este incidente —junto a algún otro similar— precipitó un primer enfrentamiento contra los tres oficiales, a quienes les fueron arrojadas algunas piedras.

Este primer ataque derivó en una batalla de lanzamientos entre la policía y la multitud que se encontraba en la calle (hay que tener en cuenta que dichos acontecimientos se produjeron cuando las calles estaban llenas de gente, porque la mayoría habían finalizado su trabajo y estaban regresando a sus casas).

Frente a las explicaciones de la policía y los medios de comunicación sobre lo que ocurrió en St. Pauls, en las que se insistía en el comportamiento irracional de la multitud (véase Reicher y Potter, 1985), Reicher (1984) subraya el carácter ordenado con el que se desarrolló el disturbio, concretándolo en tres puntos (véase el Cuadro 6.6).

Cuadro 6.6: *El desarrollo de los disturbios de St. Pauls es una muestra de conducta racional.*

- En primer lugar, hubo límites claros en la acción de la multitud: en una primera fase del conflicto, sólo se atacó a la policía; y cuando ésta se marchó, los ataques fueron dirigidos sólo contra los bancos y las tiendas propiedad de quienes no pertenecían a dicho distrito.
- En segundo lugar, los participantes se describían a sí mismos y a los demás en función de cómo habían construido las identidades sociales: por una parte, destacaban su identidad colectiva como miembros de la comunidad de St. Pauls; por otra, describían sus relaciones con los otros estableciendo categorías (como residentes o no en St. Pauls, como opuestos a St. Pauls).
- En tercer lugar, se produjo una clara coincidencia entre la acción de la multitud y la definición que de sí mismos realizaban sus miembros. Aunque sólo una minoría de éstos era negra (de hecho, el barrio era muy heterogéneo), se definió la identidad de St. Pauls sobre la base de la experiencia de este colectivo; es decir, ser de St. Pauls significaba estar oprimido por instituciones como la policía (considerada como una autoridad ilegítima y opresiva), y estar en una situación de pobreza en una sociedad opulenta.

De esta manera, las categorías construidas fueron las de víctimas y opresores (“Nosotros”, los oprimidos, contra “Ellos”, los opresores); y fue esta construcción la que condujo a que sólo se atacara a miembros de la policía, a instituciones financieras y a símbolos que implicaran lujo (nunca se atacó viviendas privadas, ni se produjeron ataques fuera de los límites del barrio de St. Pauls). Es decir, la multitud compartía una identificación social común que la llevó a establecer límites sobre quién debía ser atacado y dentro de qué límites geográficos se debían producir los ataques.

Este suceso pone claramente de manifiesto que, cuando las personas están en una multitud, no pierden su identidad personal (como tradicionalmente se había supuesto en la conocida tesis de la *mente de grupo*, promovida por Le Bon), sino que dejan de actuar sobre la base de su identidad personal para hacerlo en función de la identidad social relevante en ese momento (lo que se conoce como el *Modelo de identidad social de la conducta de las multitudes*). Estudios experimentales, realizados dentro de la línea de investigación sobre la desindividuación, iniciada por Zimbardo (1969), apoyan dicho modelo y demuestran que, cuando las personas están en un grupo, actúan en función de las normas propias del grupo en el que se encuentran (Postmes y Spears, 1998; Reicher, Spears y Postmes, 1995).

La Batalla de Westminster

En un segundo estudio de campo, Reicher (1996a) no sólo se va a centrar en el momento del estallido del conflicto, sino que también va a analizar cómo se inicia, cómo se generaliza y cuáles son los cambios que se producen. Utiliza para ello tanto testimonios de la policía como de los manifestantes (estudiantes). En el análisis de este segundo suceso, conocido como la Batalla de Westminster, es interesante diferenciar entre la posición de los estudiantes, la posición de la policía y la escalada del conflicto. Véase una descripción detallada en el siguiente recadro.

RECUADRO: Descripción del conflicto conocido como la Batalla de Westminster.

La posición de los estudiantes

- En 1988, el Gobierno conservador británico propuso reemplazar el sistema de becas existente para los estudiantes de educación superior por un sistema de préstamos. Los estudiantes, representados por la Unión Nacional de Estudiantes, se opusieron a las propuestas. Argumentaban que no sólo se perjudicaba a quienes estaban ya realizando estudios superiores, sino que también se iba en contra de la política del gobierno de potenciar dichos estudios. Sin embargo, al no ser atendidas sus reivindicaciones, los estudiantes de todos los distritos del Reino Unido decidieron organizar una gran manifestación ante el Parlamento de Londres. Tal fue el éxito de la convocatoria que miles de estudiantes de todo el país se apuntaron para viajar a Londres. Ante el temor de verse desbordados, los organizadores decidieron en el último minuto cambiar la manifestación ante el Parlamento por una marcha que discurriera hasta un parque al Sur de la ciudad. Sin embargo, no hubo tiempo de comunicar este cambio a todos los distritos universitarios, lo que provocó que muchos estudiantes iniciaran su viaje a Londres con la intención de ir a manifestarse ante el Parlamento.
- Esta confusión terminaría provocando fuertes conflictos. Algunos estudiantes se alejaron de la ruta oficial consensuada con las autoridades y se dirigieron hacia el Puente de Westminster, que cruza el Támesis, y a través del que se accede al Parlamento. La confluencia de muchos estudiantes a la entrada de dicho puente generó una situación de gran confusión. La policía les instaba a que continuaran hacia el parque (bloqueándoles el paso), mientras que otros jóvenes —entre los que se encontraban militantes de extrema izquierda— les animaban a que siguieran en el puente. Al final, aproximadamente cinco mil estudiantes se congregaron en aquel punto.

Continúa

Cuando se les preguntó por qué estaban allí, muchos manifestantes respondieron que porque querían que sus representantes políticos les escucharan, y porque consideraban inexplicable e injustificable el bloqueo de la policía. Los manifestantes se habían desplazado a Londres para ir al Parlamento porque pensaban que tenían el derecho democrático básico a ser escuchados, por lo que la presencia de la policía fue interpretada como una limitación ilegítima a sus acciones.

La posición de la policía

- Según la ley británica, es ilegal manifestarse a menos de una milla del Palacio de Westminster mientras el Parlamento está celebrando una sesión. Por ello, se puede defender que, de manera objetiva, y al margen de las percepciones del grupo, la presencia de los estudiantes en el puente de Westminster era ilegítima. Sin embargo, unas semanas antes de la fecha oficial de la convocatoria de la manifestación, se había aceptado que una marcha anti-aborto avanzara por el Puente de Westminster, permitiendo a los manifestantes cruzar andando en pequeños grupos hasta el Parlamento. La cuestión, por tanto, es ¿por qué a los estudiantes no se les permitió cruzar el puente? Según Reicher (1996a), existen dos razones fundamentales que pueden responder a dicha pregunta. La primera está relacionada con la presencia de grupos de extrema izquierda entre los estudiantes. Dichos grupos fueron importantes en el desvío de la ruta oficial y, en líneas generales, respondían al estereotipo de grupos potencialmente agresivos. Sin embargo, si bien esto puede explicar el intento por parte de la policía de impedir que algunos estudiantes cruzaran el puente, no explica la negativa a permitir que ningún estudiante lo atravesara. Para ello es necesario mencionar una segunda razón: la percepción de que los estudiantes que se manifestaban eran, en general, potencialmente agresivos. Esto es, la policía no percibió a los manifestantes como representantes de los estudiantes, sino como un subgrupo peligroso y violento; de manera que prohibirles atravesar el puente era un asunto que tenía que ver con el mantenimiento del “orden público” (de hecho, así lo confirmó uno de los oficiales en una conversación informal con el autor, al afirmar que se consideró a los estudiantes como una amenaza al orden público). Por tanto, la posición de la policía se puede resumir de la siguiente manera: los manifestantes, considerados como un subgrupo agresivo de estudiantes, amenazaban con interrumpir la sesión del Parlamento y causar graves disturbios, por lo que su mera presencia en el Puente de Westminster los convertía en un colectivo ilegítimo en la *millas del Parlamento*.

Escalada del conflicto



- En un contexto en el que cada grupo considera la presencia del otro como ilegítima, se produce una espiral de confrontación que conduce a la violencia. En el momento en que los estudiantes sienten que se restringe su derecho a cruzar el puente, empiezan a discutir con la policía, a darles empujones y a lanzarles algunos botes de bebida. Esto, a su vez, confirma la percepción que la policía tiene de la agresividad de los estudiantes y les reafirma en su determinación de no permitir que los estudiantes atraviesen las barreras policiales (lo que en términos prácticos significó aumentar los refuerzos, interviniendo la brigada antidisturbios y agentes montados a caballo). A su vez, esto refuerza la visión de los estudiantes de la ilegitimidad de la policía (diversos estudiantes señalaron que el despliegue de refuerzos fue “extremadamente provocador”), aumentando sus intentos de romper las barreras policiales... y así la espiral se agudiza. El resultado último fue la decisión de la policía de dispersar a los manifestantes con agentes montados a caballo —lo que provocó que varios estudiantes sufrieran serios daños.

Desde el punto de vista de cómo se construyeron las categorías, Reicher (1996a, b) demuestra que los acontecimientos de Westminster cambiaron la división inicial entre los manifestantes. Antes de la carga policial existía una clara división entre una minoría de manifestantes que buscaban la confrontación (militantes de extrema izquierda) y quienes no perseguían dicha confrontación (la mayoría de los estudiantes). Sin embargo, después de la carga policial dicha división y heterogeneidad dio paso a la unión y homogeneidad de los manifestantes. De manera que lo que inicialmente eran categorías separadas se va a convertir en una categoría unida (superordenada): la división entre los militantes pro-confrontación y los estudiantes contrarios a la confrontación desaparece, para dar paso a una categoría unida en contra de la policía.

Como consecuencia de esta categoría emergente, lo que empezó siendo un desafío a la política del gobierno se va a convertir en un desafío a la policía. Así, la percepción de la policía también cambia: de ser considerada inicialmente como un agente neutral en defensa de la ley y el orden, pasa posteriormente a ser percibida como un agente del Gobierno que intenta acallar una voz legítima. Por tanto, el análisis de este conflicto constituye un claro ejemplo de cómo categorización y contexto están relacionados en una dinámica intergrupala. El hecho de que la policía representara a los manifestantes como una categoría homogénea, y su actuación en contra de ellos, constituyó el contexto a partir del cual los manifestantes actuaron. Esto es, condujo a una recategorización de los manifestantes, uniéndose en una sola categoría y actuando conjuntamente en contra de la policía. Esto, a su vez, constituyó un nuevo contexto ante el cual la policía reaccionó con más violencia, y así es como se explica la espiral del conflicto.

Modelo elaborado de identidad social de las multitudes

Trabajos recientes sobre el comportamiento de las multitudes en diferentes contextos (como en manifestaciones ecologistas, manifestaciones en contra de la subida de impuestos, partidos de fútbol, y en otros sucesos similares) han encontrado una dinámica común, lo que ha dado lugar a la formulación de un *Modelo elaborado de identidad social de las multitudes* (Drury y Reicher, 1999; 2005; Reicher, 2001; Stott y Reicher, 1998). En todos los casos hubo ciudadanos “moderados” entre la multitud que se consideraron “ciudadanos responsables” actuando de una manera legítima y que pensaban que la función de la policía era mantener el orden social.

Sin embargo, al encontrarse inmersos en la multitud, la policía los percibe como parte indistinguible de una masa ilegítima que constituye un peligro para el orden social, y les impide el desarrollo de sus actividades reivindicativas legítimas. Como consecuencia de ello, estas personas “moderadas” dentro de la multitud comienzan a ver a la policía como una fuerza de oposición ilegítima, y a considerarse a sí mismas como parte de una categoría común junto a otros ciudadanos más radicales de los que inicialmente estaban distanciados. Esta extensión de la categoría endogrupal, unida a la solidaridad que se genera entre los miembros del endogrupo, lleva a desarrollar cierta sensación de poder y un deseo de desafiar a la policía. Dichos desafíos confirman la percepción inicial de la policía, la cual, a su vez, aumenta su presión sobre los miembros de la multitud. De esta manera se inicia un proceso de escalada del conflicto.

En definitiva, estos trabajos ponen de manifiesto que:

- La identidad no está rígidamente relacionada con la existencia social, sino que se construye de forma activa para crear relaciones sociales.
- La categorización social constituye la base psicológica de la acción social de las masas.

Se ha visto que la definición de los límites de las categorías determina quién va a ser incluido en cada una y, por tanto, va a actuar conjuntamente con los miembros de su misma categoría. Se ha visto, además, que la definición del contenido de las categorías determina qué acciones se van a considerar aceptables y cuáles no (Reicher y Hopkins, 1996a, b; Reicher y cols., 2001).

6.5 Categorización y movilización: la construcción de las categorías sociales como estrategias de influencia

Implicito en la Teoría de la categorización del yo (Turner, 1982) se encuentra el supuesto de que sólo actuaremos como miembros de una categoría cuando nos identifiquemos con ella, y que dicha identificación conducirá a un proceso de *autoestereotipia*; esto es, intentaremos conformarnos a las normas, creencias y valores que caractericen a la categoría relevante.

Del supuesto anterior surgen tres implicaciones para el proceso de influencia (véase Turner, 1991):

- Sólo las personas que se identifiquen con la categoría social serán blancos de influencia.
- Sólo influirán aquellos mensajes que sean consonantes con la definición de las categorías.
- Sólo quienes estén en una posición de definir la naturaleza de las categorías podrán influir sobre los demás. Por tanto, el miembro más “típico” dentro del grupo (el *prototipo*) tendrá el mayor potencial para lograr influencia.

Categorías sociales y liderazgo



Michael Hogg
Claremont Graduate
University, California

Recientemente estas ideas han dado pie a la formulación de una *Teoría explícita del liderazgo* (Hogg, 2001). Su premisa básica es que, cuando una categoría grupal es saliente, la efectividad del liderazgo dependerá de hasta qué punto una persona se percibe como el prototipo de la categoría, esto es, como el mejor exponente de la categoría. En este sentido, se considera que el líder y los miembros del grupo están estrechamente unidos por un sentido del “nosotros”; y que, del mismo modo que el prototipo del grupo no es algo fijo, sino que varía según el contexto (esto es, en función de con quién nos comparamos), el liderazgo también variará en función del contexto. De ahí que, si el prototipo de un grupo es la posición que mejor distingue el endogrupo del exogrupo, el líder será quien mejor represente dichas características distintivas (Haslam, 2001; Turner y Haslam, 2001).

Buena parte del trabajo realizado en este sentido se ha centrado, precisamente, en demostrar cómo emergen diferentes líderes posibles en diferentes contextos. Existe amplia evidencia respecto a que la capacidad de los líderes de recibir apoyo o ejercer influencia está en función de la medida en que su conducta representa características de la identidad “pre-existente” compartida por los que van a ser sus seguidores en un contexto predeterminado. Así, por ejemplo, en un estudio realizado por Platow, Hoar, Reid, Harley y Morrison (1997), se demostró que el apoyo a un líder dependía de hasta qué punto éste mostraba favoritismo hacia el endogrupo y los participantes percibían que representaba las normas relevantes del endogrupo.

Sin embargo, algunos autores (Reicher y Hopkins, 2001a, 2003) han subrayado que desde esta perspectiva se proporciona un retrato reactivo y pasivo del liderazgo, en el que la autoridad del líder queda limitada a su consideración como prototipo del endogrupo, y en el que los líderes pierden la habilidad de crear el contexto y la autonomía de desarrollar sus objetivos dentro de un contexto determinado. Varias razones explican, según Reicher y Hopkins (2001a, b; 2003), las dificultades de esta perspectiva a la hora de formular un modelo activo del liderazgo:

Cuadro 6.7: *Dos dificultades para la formulación de un modelo activo de liderazgo.*

1. En la mayoría de los estudios realizados desde esta perspectiva, es el experimentador el que establece los parámetros del contexto:
 - A los participantes se les pide que elijan, evalúen o respondan a diferentes líderes posibles que mantienen diferentes relaciones como prototipos del endogrupo.
 - Se presupone que las identidades relevantes existen a priori, por ejemplo, estudiante, miembro de un grupo político (entre otros).
 - De forma que las identidades se utilizan de forma mecánica.
2. De igual forma, desde esta perspectiva se relaciona el proceso de categorización con la percepción del mundo existente; se asume que la categorización está rígidamente unida al presente, por lo que no resulta posible explicar cómo los líderes y sus seguidores definen y comparten categorías abiertas al futuro.

Fuente: Reicher y Hopkins (2001a, b; 2003).

Reicher y Hopkins (2001a, b; 2003) defienden que la relación entre las categorías y el contexto se establece a través de la acción (y no tanto de la percepción), y que esta relación es bi-direccional; por lo que las categorías no se limitan a reflejar la organización de la acción social existente en un contexto determinado, sino que también sirven para organizar dicha acción y, por tanto, para construir el contexto. De ahí que la definición de las categorías sociales tenga que ver más con la construcción del futuro que con la organización del presente; esto es, tiene que ver con la movilización de fuerzas sociales que contribuyen a construir el futuro (Reicher y cols., 1997; Reicher, Cassidy, Wolpert, Hopkins y Levine, 2006).

Modelo de movilización de las masas

Reicher y Hopkins (2001a, 2003) proponen analizar el rol activo de los líderes a partir de una reformulación de los principios de la Teoría de la categorización del yo en lo que respecta a la influencia social. La aplicación de esta teoría se extiende desde los pequeños grupos al comportamiento de las personas como miembros de grandes categorías sociales, por ejemplo, naciones, partidos políticos, religiones y similares, y da lugar a la formulación de un *Modelo de movilización de las masas*, con las siguientes características:

Cuadro 6.8: *Características del Modelo de movilización de las masas.*

- La base de la movilización de las masas es la identidad social.
- La definición de los límites de las categorías determina quién va a ser incluido en una misma categoría y, por tanto, quién va a movilizarse.
- El contenido adscrito a una categoría define las razones por las cuales las personas se van a movilizar.
- El prototipo de la categoría indica quién estará en una posición de dirigir la movilización.

Fuente: Reicher y Hopkins (2001a, 2003).

La aplicación de esta reformulación al liderazgo supone que quienes estén implicados en construir el mundo social definirán activamente las categorías como una función de sus proyectos sociales; esto es, intentarán crear una categoría inclusiva que abarque todo lo que pretenden movilizar y en la que ellos serán los mejores exponentes. Esto significa que los líderes tendrán éxito en la medida en que se presenten ellos mismos y presenten a su audiencia compartiendo una identidad social común, y en la medida en que construyan sus propuestas plasmándolas en normas, valores y creencias concretas que caractericen dicha identidad.

De ahí que, para estos autores, los *líderes efectivos* serán aquellos que se conviertan en constructores (o “empreendedores”) de la identidad. Esto es, la efectividad del liderazgo pivota sobre la habilidad de los líderes para crear definiciones de la identidad y para involucrar a las personas en el proceso de convertir esas definiciones en realidades prácticas. Lo que proponen es, por tanto, una visión del proceso del liderazgo fundamentada en un modelo de interacción dinámica entre la realidad social, la identidad social y la acción colectiva.

Diversos estudios (Herrera, 2003b; Herrera y Alberca, 2003; Herrera y Reicher, 2004; Reicher y Hopkins, 1996a; b; 2001a) han puesto de manifiesto esta relación entre la construcción de las categorías y el liderazgo, mostrando cómo, en un mismo contexto, se pueden dar diferentes definiciones de las categorías por diferentes líderes en función de sus respectivos proyectos de movilización, e incluso cómo un mismo líder puede plantear diferentes definiciones de las categorías en distintos momentos (véase el Cuadro 6.9).

Cuadro 6.9: *Un ejemplo del liderazgo y las definiciones de las categorías.*

Diversos estudios han encontrado que en Escocia diferentes partidos políticos ofrecen diferentes definiciones de lo que significa ser escocés.

- Partidos separatistas: definen a los escoceses como personas independientes.
- Políticos socialistas: los definen como colectivistas.
- Políticos conservadores: para definirlos, destacan su habilidad para los negocios.

Las diferentes estrategias para definir “quiénes son los escoceses” encierran importantes implicaciones respecto a las estrategias políticas a seguir.

Por ejemplo, la definición de la identidad escocesa como incompatible con la inglesa es una indicación a los escoceses de que apoyen la independencia.

También es posible definir identidades diferentes con los mismos atributos. Por ejemplo, con el atributo “cordialidad”:

- Se puede distinguir a los escoceses de los “fríos” ingleses (apelando a la separación entre Escocia e Inglaterra).
- Se puede sugerir que los escoceses deberían ser “buenos vecinos” de los ingleses (apelando a la unión entre Escocia e Inglaterra).

Fuente: Reicher y Hopkins (2001a), Reicher, Hopkins y Condor (1997).

También se ha demostrado que los líderes intentan que haya consonancia entre lo que dicen y la identidad del grupo a la que apelan (Reicher y Hopkins, 1996a, b; 2001a), y que para ello definen:

- En primer lugar, los *límites* de las categorías, de tal manera que aquellos a quienes intentan movilizar se encuentren dentro de la misma categoría.
- En segundo lugar, el *contenido* de las categorías, de tal manera que la posición que defienden sea consonante con la identidad del endogrupo.
- En tercer lugar, el *prototipo* de la categoría, de tal manera que ellos mismos o la organización que representan se conviertan en los mejores exponentes y puedan, de este modo, desarrollar sus propias normas.

Un ejemplo que pone claramente de manifiesto dichas estrategias lo constituye el estudio realizado por Reicher y Hopkins (1996a) en relación con una huelga de mineros británicos. En ese estudio los autores analizaron los discursos de los líderes de los partidos conservador (Margaret Thatcher) y laborista (Neil Kinnock) en sus respectivos congresos de partido en 1984 (año en el que se estaba produciendo una larga huelga de mineros). Debido a que en la política británica los discursos de los líderes en los congresos de sus partidos constituyen una de las ocasiones clave para presentar las posiciones del partido a la población con el fin de ganar ventaja electoral, los autores encuentran que los dos discursos fueron muy semejantes en cuanto a sus estrategias de movilización. Así, en la construcción del contexto del conflicto los dos líderes utilizaban dos estrategias:

- Primera, crear un grupo inclusivo con unos límites capaces de abarcar prácticamente a toda la población. En el caso de Thatcher, ese grupo inclusivo es “una mayoría responsable y moderada” que se presenta como opuesta a una “minoría revolucionaria”.
- Segunda, definición del propio partido, y del líder para el cual se busca el apoyo, como prototipos de su endogrupo. Al mismo tiempo, definición de aquéllos con los que su partido está en conflicto como prototipos del exogrupo.



Las dos fotografías muestran escenas de la huelga de mineros, en el contexto de intensa conflictividad laboral en el Norte de Inglaterra a finales del siglo pasado. Es lo que recoge, en buena medida, la película *Billy Elliot* (Gran Bretaña, 2000). Entre los que participan activamente en la huelga se encuentran el padre y el hermano mayor de Billy y, a lo largo de la película, se presentan los efectos de la durísima situación que vive la familia.

Estas dos estrategias dan pie a contenidos diametralmente opuestos en los discursos (véase el Cuadro 6.10).

Cuadro 6.10: Comparación entre el discurso de Margaret Thatcher y el de Neil Kinnock.

Contenido del discurso de Margaret Thatcher



Lema del discurso: *Democracia frente a quienes atacan a la democracia*. A propósito del conflicto con los líderes del Sindicato Nacional de Mineros, M. Thatcher define a estos como incitadores de la huelga y como el “enemigo” violento de la democracia británica. Implícitamente los sitúa al mismo nivel que los miembros del IRA o del ejército argentino que había invadido las Malvinas. En su discurso se detecta un intento de construir el electorado británico como parte de una categoría nacional en la que también se sitúan los votantes conservadores y los mineros que no habían ido a la huelga (endogrupo), como opuesto a los mineros que se habían declarado en huelga (exogrupo).

Contenido del discurso de Neil Kinnock



Lema del discurso: *El thatcherismo contra la sociedad.*

A propósito del mismo conflicto, Kinnock hace hincapié en la oposición entre la categoría de los mineros en huelga y la nefasta política social thatcherista (caracterizada por sus severos recortes a los servicios de salud y sus amenazas a las libertades ciudadanas, en general).

Su discurso subraya el enfrentamiento de los ciudadanos, representados por los laboristas y las comunidades mineras en huelga (endogrupo), con M. Thatcher y quienes llevan a cabo su política (a los que presenta como el “enemigo” de los ciudadanos y, por tanto, exogrupo).

Fuente: Reicher y Hopkins (1996a).

En definitiva, estos estudios ponen de manifiesto que líderes y seguidores están unidos por su identificación con una categoría social común y que la definición de las categorías sociales constituye un proceso orientado más a la creación de realidades futuras que a la percepción de la realidad actual. Se trata, pues, de una concepción *activista* del proceso de identidad social, en la que no sólo los líderes, sino también los seguidores, poseen un papel activo (Reicher y Hopkins, 2001b, 2003).

Categorización, liderazgo y poder en la transformación de la realidad social

De acuerdo con esta concepción *activista* del proceso de identidad social, Reicher y sus colaboradores (Reicher, Haslam y Hopkins, 2005) plantean la necesidad de:

1. Retomar los aspectos creativos y “transformacionales” del liderazgo.
2. Situar el impacto de los líderes sobre los seguidores en el contexto de su implicación mutua en una relación categorial común.
3. Analizar el proceso dinámico (a lo largo del tiempo) a través del cual los líderes intentan crear activamente nuevas identidades y los seguidores responden a sus intentos.

Por tanto:

- Desde el punto de vista teórico, subrayan la necesidad de considerar el liderazgo como un proceso transformacional, en el que los líderes son capaces de redefinir las normas y objetivos del grupo, y en el que no sólo dirigen, sino que *transforman* activamente las actitudes y conducta de sus seguidores. Según estos autores, el éxito de los líderes se basa en su habilidad para crear nuevas identidades y, por consiguiente, para movilizar a potenciales seguidores con el fin de desarrollar nuevas realidades sociales.
- Desde el punto de vista metodológico, señalan que sólo se puede entender el liderazgo a partir de métodos que permitan analizar el desarrollo temporal de las interacciones entre las personas, esto es, que permitan explorar simultáneamente la interacción dinámica entre el liderazgo activo y la respuesta de los seguidores.

Si bien este aspecto ha tendido a ser ignorado en la investigación psicosocial, una excepción reciente lo constituye el *Estudio de la Prisión de la BBC* realizado por Haslam y Reicher (2002; 2004; Reicher y Haslam, 2006a, b), en el que estos autores analizan el proceso del liderazgo y cómo éste se relaciona con el desarrollo de la identidad social a lo largo del tiempo. Partiendo del supuesto de que la posibilidad del liderazgo depende de la existencia de una identidad social compartida, plantean que sólo se puede esperar que surja un líder cuando las personas forman un grupo y que, por tanto, si no se da tal grupo es imposible que nadie ejerza el rol de líder.

6.6 El estudio de la prisión de la BBC

Reicher y Haslam llevaron a cabo en diciembre de 2001 (véase Haslam y Reicher, 2002) un estudio de campo a gran escala en colaboración con la BBC, de ahí su nombre. Los autores diseñaron, operacionalizaron y realizaron el estudio, mientras que la BBC diseñó el espacio físico y lo filmó. Posiblemente constituye uno de los experimentos de mayor envergadura realizados dentro de la Psicología social en las últimas tres décadas desde que Zimbardo llevara a cabo el famoso Experimento de la Prisión de Stanford a principios de la década de los setenta, que en la actualidad se considera un experimento clásico en la disciplina (Haney, Banks y Zimbardo, 1973; Zimbardo, Haney, Banks y Jaffe, 1986).



Philip Zimbardo
Universidad de Stanford, California



La prisión de Stanford

Aunque el propósito de Haslam y Reicher (2002) no era replicar el experimento de Zimbardo, sí ponen en entredicho algunas de sus conclusiones. Son especialmente críticos con la concepción negativa de Zimbardo acerca del comportamiento de las personas en grupos, y también con su visión excesivamente unilateral de la relación entre poder, pertenencia grupal y tiranía. Proponen una visión alternativa de los grupos, una visión basada en la aproximación de la identidad social, desde la que subrayan que las personas en grupos no pierden su identidad individual, sino que, más bien, lo que se produce en los grupos es un desplazamiento de una conducta basada en la identidad personal a una basada en la identidad social. Además, frente a la visión unilateral de las relaciones de poder, defienden que las personas no tienen por qué aceptar pasivamente las posiciones sociales que se les atribuyen, ya que ante los miembros de grupos subordinados se abre siempre la posibilidad de actuar colectivamente para plantear desafíos a las desigualdades percibidas.

Muestra e hipótesis

A diferencia del experimento de Zimbardo, que trataba de simular una prisión, en este caso se pretendía crear una institución que, además de parecerse a una cárcel, también reflejara otras instituciones jerárquicas, como una oficina burocrática, una escuela, una unidad militar y otras por el estilo. Se esperaba, de esta manera, que ello permitiría investigar la conducta de grupos desiguales en cuanto a poder, estatus y recursos. No se consideró esencial, por tanto, que el escenario del estudio fuese una réplica de una prisión real, sino que se crearan desigualdades entre los grupos. En este sentido, los autores (Haslam y Reicher, 2002) lo definen como un “estudio experimental de caso” sobre la conducta de personas que ocupan posiciones dominantes y subordinadas, y sobre las relaciones que se establecen entre

ellas. Su objetivo es analizar las condiciones en las que las personas se definen a sí mismas en función de su pertenencia grupal, actúan sobre la base de sus identidades grupales, y aceptan o desafían las desigualdades intergrupales.

Se reclutó a los participantes por medio de anuncios en la prensa británica y de panfletos distribuidos en la calle. Durante el proceso de selección, las personas que acudieron a ella cumplieron una batería de tests psicométricos, que medían variables clínicas y sociales, como autoritarismo, dominancia social y racismo moderno, y se sometieron, durante una semana, a las evaluaciones realizadas por psicólogos clínicos (véase Haslam y Reicher, 2002; Reicher y Haslam, 2006a). Por razones éticas sólo se incluyó en el estudio a personas psicológicamente bien adaptadas y que fueran pro-sociales. Finalmente, se eligió a quince participantes, todos varones, exactamente igual que en el experimento de Zimbardo, procurando que hubiese diversidad en cuanto a la edad, la clase social y el origen étnico. Se los dividió aleatoriamente en dos grupos de cinco Guardias (grupo de alto estatus) y diez Presos (grupo de bajo estatus), asegurándose de que los dos grupos fueran equiparables en variables de personalidad relacionadas con la tiranía (racismo moderno, autoritarismo y dominancia social).

Durante ocho días se analizaron las conductas de esas quince personas. Se realizó una grabación de todas las conductas y se sometió a los participantes a pruebas fisiológicas y psicométricas diarias. Se establecieron claras diferencias entre los Guardias y los Presos, de tal manera que las condiciones de vida de los Guardias eran mucho mejores que las de los Presos. Además, los Guardias tenían el control de la prisión. De hecho, tenían las llaves de todas las puertas y la capacidad para premiar o castigar a los Presos en función de su conducta, aunque se les prohibió de manera expresa utilizar la violencia.

Los autores (Haslam y Reicher, 2002; Reicher y Haslam, 2006a), a la luz de los estudios realizados desde el enfoque de la teoría de la identidad social, formularon dos hipótesis principales:

- Los Guardias, como miembros de una categoría de alto estatus, se identificarían con su grupo desde el principio e impondrían su poder sobre los Presos.
- Los Presos, como miembros de un grupo de bajo estatus, sólo se identificarían con su grupo y desafiarían el poder de los Guardias cuando no tuvieran la posibilidad de mejorar su posición a través del esfuerzo individual (es decir, cuando los límites de las categorías fueran percibidos como “impermeables” e “ilegítimos”).



Stephen Reicher y Alex Haslam con los participantes en el experimento

Procedimiento

Se informó a los participantes de que habían sido divididos en grupos en función de los resultados obtenidos en los tests psicométricos que habían cumplimentado. Se les dijo que algunos de ellos poseían las cualidades requeridas para ser Guardias (como confianza e iniciativa), mientras que otros carecían de ellas. Pero se añadió que, en ocasiones excepcionales, los tests no conseguían detectar todas las cualidades de una persona, por lo que cabía la posibilidad, aunque remota, de que entre los que iban a ser asignados al grupo de Presos hubiese alguna persona con las características necesarias para ser Guardia. A fin de excluir esta posibilidad, se les informó de que se iba a observar la conducta de los Presos durante tres días. Si durante ese periodo alguno de ellos daba muestras de poseer las cualidades exigibles para ser Guardia, se le ascendería a ese grupo. También se les dijo que existía la posibilidad de que algún Guardia fuera descendido a Preso, aunque era muy poco probable que esto ocurriera. Esta fue la forma de manipular la “permeabilidad” de la frontera grupal.



Después del primer ascenso de Preso a Guardia, que ocurrió al tercer día, los experimentadores comunicaron a los participantes que ya no se iba a producir ningún otro cambio, por lo que, desde ese momento, los participantes se enfrentaban a una frontera grupal “impermeable”. Así pues, al principio del estudio la división entre los grupos era “permeable” y “legítima”. Además, no existían “alternativas cognitivas” a las desigualdades entre los grupos, es decir, los participantes ni siquiera se podían imaginar que esas desigualdades podrían desaparecer. Sin embargo, después del primer ascenso, como se les dijo a los participantes que ya no habría más cambios, independientemente de las cualidades de las que pudiesen dar muestra a partir de entonces, la división entre los grupos pasó a ser “impermeable” e “ilegítima”, dado que las desigualdades no se podían eliminar y dejaban de estar justificadas (Haslam y Reicher, 2002; 2004).

Resultados

Durante los dos primeros días del estudio Guardias y Presos tuvieron niveles de identificación con su grupo bastante similares. Sin embargo, después del ascenso de un Preso a Guardia, la identificación de los Presos aumentó considerablemente, mientras que la de los Guardias disminuyó.

En parte esto se debió, según los autores (Reicher y Haslam, 2006b), a que los Guardias, pese a su alto estatus, eran conscientes de que sus conductas podrían ser vistas en la tele-

visión y de que la audiencia podría evaluarlos negativamente si se comportaban de manera autoritaria, especialmente en aquellos casos en los que eran miembros de organizaciones liberales en su vida real, y por tanto no se sentían cómodos en el papel de Guardias.

De hecho, los Guardias no conseguían ponerse de acuerdo sobre quiénes eran, ni sobre cómo debían actuar, no existía confianza entre ellos y nunca llegaron a imponer disciplina. Sucedió en ocasiones que, mientras un Guardia castigaba a un Preso porque consideraba que había violado una norma, otro Guardia se aproximaba a ese mismo Preso con un gesto de conciliación. Diferencias de este tipo aumentaron cuando los límites entre los grupos se convirtieron en impermeables y los Presos empezaron a poner el sistema en entredicho.

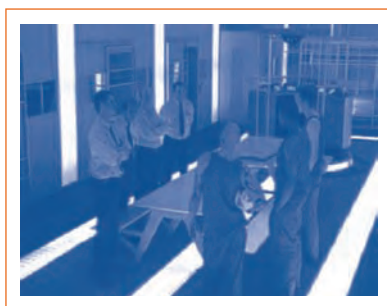


Al principio del estudio los participantes percibían un liderazgo más claro entre los Guardias que entre los Presos, en línea con lo que cabía esperar, debido a la posición formal de unos y otros. Poco a poco, sin embargo, con el paso del tiempo el liderazgo de los Guardias declinó y el de los Presos aumentó. Al sexto día la estructura de liderazgo era más clara entre los Presos que entre los Guardias. Para explicar este resultado, los autores apelan a la existencia de un paralelismo entre el nivel de identificación y la conducta de liderazgo. Es decir, a medida que el sentido de identidad compartida entre los Guardias iba declinando, también lo hacía su estructura de liderazgo (Reicher y Hopkins, 2003).

Sin embargo, hubo un Preso que, además de ejercer el liderazgo entre los miembros de su grupo, lo ejerció también entre todos los participantes. Reicher y Haslam (2006a) subrayan que este Preso se convirtió en líder dentro de su grupo porque fue capaz de articular un consenso basado en la identidad compartida de los Presos. La pregunta, por consiguiente, es: ¿cómo logró construir una identidad compartida entre todos los participantes? Para responder a esta pregunta, conviene señalar que se trataba de un caso especial dentro del estudio. Este Preso, a partir de ahora D. M., entró, por decisión de los experimentadores, a formar parte del estudio en su quinto día, cuando las relaciones entre los grupos empezaban a ser impermeables e ilegítimas. El objetivo de su entrada era, precisamente, generar “alternativas cognitivas” entre los presos, es decir, alternativas que les permitieran plantearse la posibilidad de cambiar su situación.

El hecho de que D. M. en su vida real ocupara un alto cargo en un sindicato puede explicar las habilidades que mostró en el estudio (Reicher, Haslam, 2006a, b). No se limitó a dirigir a los Presos, sino que buscó unir a Presos y Guardias en un pulso a los experimentadores respecto a las condiciones en las que se estaba desarrollando el estudio (por ejemplo, el calor insufrible que estaban pasando en la prisión). Consiguió que los participantes comenzaran a percibirse en función de nuevas categorías: ellos, los “trabajadores” (categoría que incluía

Presos y Guardias) frente a la “dirección” (experimentadores + (más) la BBC). De esta manera, fomentó una visión, compartida por todos, en la que ocupaba un lugar protagonista la lucha de los trabajadores por mejorar sus condiciones. Con la redefinición de las categorías puso en marcha una protesta colectiva de todos los “trabajadores”.



Unir a Presos y Guardias en un mismo grupo no resultó sencillo. Sus relaciones estaban presididas por el antagonismo y, además, no existía la base institucional necesaria para ubicarlos juntos en una categoría común. El primer paso de D. M. fue romper la división existente entre Guardias y Presos. Una oportunidad para hacerlo se la brindó el robo de las llaves de los Guardias por parte de uno de los Presos (a partir de ahora P. B.). Tras el robo, los Presos se unieron en un grupo para decidir qué hacer. Se formularon dos estrategias claramente diferenciadas, una propuesta por D. M. y otra por P. B. (Reicher y Haslam, 2006a, b; Reicher, Haslam y Hopkins, 2005).

- *Estrategia de P.B.:* realizar acciones en contra de los Guardias. Se puede considerar individualista, además de exclusivista y conflictiva, ya que se basa en actos individuales de “liderazgo heroico”. De hecho, P. B. siempre hablaba en primera persona del singular y solía comenzar sus parlamentos diciendo “lo que *yo* quiero”.
- *Estrategia de D. M.:* trabajar todos juntos (Presos y Guardias). Estrategia inclusiva y consensuada, basada en la cooperación y el diálogo. D. M. siempre hablaba en primera persona del plural y solía comenzar sus frases diciendo “lo que *nosotros* deberíamos hacer”). En esa línea, inició y construyó una estructura de grupo para hacer efectiva su visión de una identidad compartida entre Presos y Guardias, así como un proceso por el cual lograr dicha estructura.

Al final, la estrategia de D. M. se impuso a la de P. B. Negoció con los Guardias en nombre de los Presos y rompió la división entre Presos y Guardias. De hecho, los propios participantes propusieron a los experimentadores la formación de una Comuna en la que todos trabajaran juntos en un único grupo.

En resumen, la estrategia seguida por DM constituye un claro ejemplo de cómo los líderes definen las categorías sociales y de cómo, de ese modo, movilizan a los miembros de los grupos para transformar la realidad social. El estudio de la prisión de la BBC demuestra (Reicher y Hopkins, 2003; Reicher, Haslam y Hopkins, 2005) lo siguiente:

- La posibilidad del liderazgo depende de la existencia de una identidad social compartida. Sin dicha identidad no hay nada que una a líderes y seguidores, no hay consenso para que un líder los represente y por tanto el liderazgo es imposible (como lo demuestra el fracaso de los Guardias, quienes aun teniendo recursos, habilidades y poder fueron incapaces de desarrollar una estructura de liderazgo).

- Los líderes asumen un papel activo en este proceso; intervienen activamente creando y redefiniendo identidades y, en consecuencia, creando y transformando a sus seguidores.
- La creatividad de los líderes no se limita a plantear ideas, sino que se extiende a la iniciación de estructuras que puedan convertir dichas ideas en realidades concretas. Líderes y seguidores están, por tanto, unidos por su implicación mutua en una categoría social: los líderes definen activamente las categorías, y los seguidores sopesan e interpretan las definiciones que ellos les ofrecen.

Así, mientras que los líderes son constructores (o “emprendedores”) de la identidad, los seguidores no son meros receptores pasivos; ambos son intérpretes activos de la realidad social (Reicher y Haslam, 2006a, b). Por consiguiente, el potencial transformador de los líderes se basa en su habilidad para definir identidades sociales compartidas: sólo a través de la redefinición de la identidad se desarrollan las percepciones, valores y metas de los miembros del grupo. Desde esta concepción, los líderes no tienen el poder social directo de transformar la realidad social, sino que su poder pasa por los grupos que contribuyen a crear (Reicher y Haslam, 2006a; Reicher, Haslam y Hopkins, 2005; Reicher y Hopkins, 2003).

6.7 Resumen

Este capítulo aborda el estudio de la categorización social y la construcción de las categorías sociales. Arranca con la crítica que desde la Teoría de la categorización del yo se realiza a la perspectiva del ser humano como “avaro cognitivo”, desde la que se subraya que la categorización no es más que una consecuencia de las limitaciones cognitivas del ser humano.

Se pasa a continuación a desarrollar los postulados de la Teoría de la categorización del yo. Se presentan los niveles de abstracción de la categorización del yo, y se analiza la saliencia de las categorías sociales, diferenciándose entre los conceptos de accesibilidad y ajuste. Se destaca la contribución de esta teoría en su consideración de las categorías sociales como representaciones variables de la realidad, y se revisan algunas investigaciones en las que se muestra que el contenido de las categorías es flexible y depende del contexto comparativo. El proceso de *consensualización* propuesto por Haslam y sus colaboradores constituye un claro ejemplo en este sentido.

Se propone, en un apartado posterior, un nuevo desarrollo de la Teoría de la categorización del yo. Aceptándose los postulados de ésta, se añade la necesidad de que se incorpore una concepción más dinámica del proceso de categorización, en el que las categorías sociales no sean impuestas, sino que se analice cómo éstas se construyen. Se revisan algunas investigaciones en las que se pone de manifiesto cómo, a diferencia del contexto experimental, en el “mundo real” la definición de las categorías no suele ser tan clara y evidente. El análisis de los disturbios de St. Pauls y de la Batalla de Westminster, realizados por Reicher, así como el Modelo elaborado de identidad social de las multitudes propuesto por este autor, demuestran que la identidad no está rígidamente relacionada con la existencia social, sino que se construye de forma activa para crear relaciones sociales, y que la categorización social constituye la base psicológica de la acción social de las masas.

A continuación, se plantea la construcción de las categorías sociales como estrategias de influencia. Esto es, cómo los líderes (en tanto “emprendedores” de la identidad) construyen las categorías con el fin de movilizar a las masas. Se presentan diversas investigaciones desarrolladas por Reicher y Hopkins que apoyan su Modelo de movilización de las masas. En ellas se muestra cómo en un mismo contexto, diferentes líderes pueden realizar diferentes definiciones de las categorías en función de sus respectivos proyectos de movilización.

Por último, siguiendo esta línea de razonamiento, se expone de forma detallada el reciente *Estudio de la prisión de la BBC* realizado por Haslam y Reicher, en el que queda claramente puesto de manifiesto el papel activo de los líderes en la creación y definición de nuevas identidades sociales.

Términos de glosario

Categorización social

Conducta colectiva

Construcción de las categorías sociales

Endogrupo

Límites de grupo permeables

Modelo de identidad social de la conducta de las multitudes

Saliencia de las categorías

Teoría de la categorización del yo

Lecturas recomendadas

Haslam, A. y Reicher, S. (2004). Visión crítica de la explicación de la tiranía basada en los roles: pensando más allá del experimento de la Prisión de Stanford. *Revista de Psicología Social*, 19, 115-122.

En este artículo se presenta el modelo teórico en el que se basa el Estudio de la prisión de la BBC.

Herrera, M. (2003). La construcción de las categorías en un conflicto intergrupal. En J. F. Morales y C. Huici (Eds), *Estudios de Psicología Social* (pp. 223-251). Madrid: UNED. .

Capítulo en el que se muestra un ejemplo de construcción de las categorías sociales en un contexto real.

Oakes, P., Haslam, A. y Turner, J. (1996). Un análisis de la prototipicidad desde la perspectiva de la categorización del yo. En J. F. Morales, D. Páez, J. C. Deschamps, y S. Worchel. (Dir.), *Identidad social. Aproximaciones psicosociales a los grupos y a las relaciones entre grupos* (pp. 111-139). Valencia: Promolibro.

Texto en el que se expone de manera sintetizada la Teoría de la categorización del yo, y se analiza en detalle el concepto de prototipicidad.

Reicher, S. (1989). Los disturbios de St. Pauls: Una explicación de los límites de la acción de las masas en términos del modelo de la identidad social. En J. F. Morales y C. Huici (Eds.), *Lecturas de Psicología Social* (pp. 175-202). Madrid: UNED.

Estudio de campo en el que se analiza el comportamiento colectivo desde la teoría de la identidad social y de la categorización del yo.

Reicher, S. (1989). La influencia social en la masa: efectos actitudinales y conductuales de la desindividuación en condiciones de alta y baja saliencia de grupo. En J. F. Morales y C. Huici (Eds.), *Lecturas de Psicología Social* (pp. 204- 222). Madrid: UNED.

Trabajo experimental que contribuye a demostrar el Modelo de identidad social del comportamiento colectivo.

Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Herder.

Texto clásico en el que se destaca la función de las categorías sociales en la dinámica social.

Turner, J. C., Hogg, M., Oakes, P. J., Reicher, S. y Wetherell, M. (1989). *Redescubrir el grupo social: una teoría de la categorización del yo*. Madrid: Morata.

Exposición detallada y completa de la Teoría de la categorización del yo, y su aplicación a diversos procesos de grupo.

Las creencias básicas sobre el mundo social y el yo

Darío Páez, J. Francisco Morales e Itziar Fernández

Objetivos

- Introducir el concepto de *creencia básica* y mostrar su efecto sobre el funcionamiento de la cognición.
- Presentar los dos modelos más conocidos de la organización de las creencias fundamentales, el de Janoff-Bulmann y el de S. Epstein.
- Analizar esos modelos a la luz de la evidencia empírica disponible.
- Mostrar el impacto de los hechos traumáticos sobre las creencias básicas.
- Analizar las formas en que las personas consiguen integrar los hechos traumáticos.

7.1 Introducción

Existe un conjunto de creencias esenciales que las personas tienen sobre sí mismas, el mundo y los otros. Son creencias implícitas, que se basan en la experiencia emocional y a las que las personas se adhieren fuertemente, hasta el punto de que las mantienen incluso ante evidencias en contra (véase Janoff-Bulman, 1992).

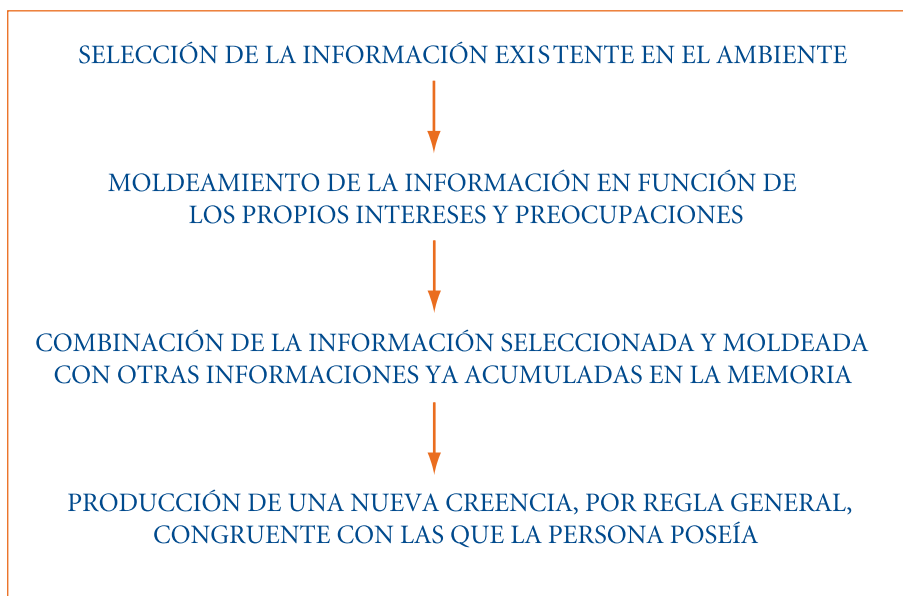
La máquina de creencias

Desde la perspectiva inaugurada por Janoff-Bulman (1992), que, en gran medida, continúa y amplía el trabajo pionero de Parkes (1975), la metáfora de Alcock (1995) del ser humano como

máquina de creencias es tal vez la más ilustrativa. Sostiene este autor que el ser humano ha desarrollado un sistema de creencias para mantener la supervivencia, un sistema que, como tal, no está orientado primordialmente a la obtención de la verdad ni se guía necesariamente por los principios de la lógica.

Cuando una persona genera creencias, su principal preocupación no es, ni mucho menos, garantizar que sean reales y verídicas. La máquina de creencias funciona de una forma secuencial (véase la Figura 7.1).

Figura 7.1: *Secuencia de funcionamiento de la máquina de creencias.*



Fuente: Alcock (1995).

El funcionamiento de este sistema es capaz de generar tanto creencias falsas como creencias correctas. En la medida en que sirven para orientar las acciones futuras de la persona, al margen de que sean correctas o no, cumplen su función de ser útiles para la supervivencia. Ello explica que ciertas creencias que parecen irracionales vistas desde fuera por otras personas, no son diferentes de cualesquiera otras creencias. La razón es que esas (supuestas) creencias irracionales se generan de la misma forma que las demás. No están basadas en la evidencia, pero en eso no se distinguen especialmente del resto de las creencias.

El mundo de los supuestos de Parkes

Tal vez sea Parkes (1975) el primer autor que, desde un punto de vista teórico, abordó la cuestión de las creencias básicas. Desarrolla la idea de *mundo de los supuestos* para referirse a un repertorio de supuestos acerca del mundo y del yo que, de forma característica, la persona considera plenamente fiables, mantiene con firmeza y a los que recurre cuando tiene que planificar y actuar. En última instancia, el mundo de los supuestos es esa visión que la persona tiene de la realidad tal como ella cree que es.

La implicación es que cuando tienen lugar sucesos vitales importantes, para Parkes *transiciones psicosociales* (por ejemplo, muerte del cónyuge, amputación de un miembro), se hace preciso establecer un nuevo mundo de supuestos, el cual, pese a que lleva consigo grandes costes, por lo que supone de inversión en tiempo y energía, es imprescindible si de lo que se trata es de mantener una vida satisfactoria.

7.2 Los supuestos básicos de Janoff-Bulman

En sintonía con el planteamiento de Parkes, esta autora defiende que las personas desarrollan a lo largo del tiempo un sistema conceptual básico que les permite funcionar de manera eficiente y les proporciona expectativas acerca del mundo y de sí mismos.



Ronnie Janoff-Bulman
Universidad de Massachussets en Amherst



Seymour Epstein
Universidad de Massachussets en Amherst

El contenido de las creencias básicas de las personas gira en torno a tres categorías primarias: creencias sobre la benevolencia, creencias sobre el sentido del mundo, el control, el azar y la justicia y creencias sobre la dignidad de uno mismo.

Creencias sobre la benevolencia

Este primer conjunto de creencias o presupuestos básicos se refieren a la benevolencia del mundo y se subdivide en dos fundamentales. Están, en primer lugar, las “creencias sobre el carácter benevolente del mundo en general y de los hechos que en él ocurren” y, en segundo, las “creencias sobre el mundo social benevolente y los otros en quien confiar”. A estas dos creencias, Corsini (2004) añade una tercera relativa a la “integración social”.

Creencias sobre el carácter benevolente del mundo en general

Las personas son optimistas y piensan que suceden más cosas positivas que negativas. Estas creencias, que implícitamente señalan un balance globalmente positivo del mundo que nos rodea, son coherentes con el optimismo ilusorio y, también, con la ilusión de invulnerabilidad, ya que, en general:

- Las personas se sienten relativamente invulnerables.
- Tienden a pensar que su futuro es positivo.

- Creen que tienen menos probabilidades que la persona media de sufrir hechos negativos y
- Creen que tienen más probabilidades de que le ocurran hechos positivos.

La fuerza de estas creencias es mayor si se refieren a hechos infrecuentes y es mayor también en las personas que no han experimentado hechos negativos, en las que han vivenciado hechos positivos, y en las que creen que los hechos negativos son controlables y les ocurren sólo a personas prototípicas muy diferentes de ellas (Weinstein, 2003). La vivencia de hechos negativos (un terremoto) tiende a disminuir esta ilusión de invulnerabilidad, aunque sólo a corto plazo y sólo en relación con la experiencia concreta. Por ejemplo, en el caso de los terremotos, aumentaría la percepción de vulnerabilidad percibida ante estos desastres, pero no ante otras desgracias (Burger y Palmer, 1992). Además, estas creencias sobre el carácter benevolente del mundo se asocian a una balanza de afectos positiva (Sánchez, Rubio, Páez, y Blanco, 1998).

El grado en que están extendidas se puede deducir de una pregunta sobre la “satisfacción con la vida”, incluida en la encuesta mundial de valores (véase el Cuadro 7.1).

Cuadro 7.1: *Respuestas a la pregunta sobre la “satisfacción con la vida” en la Encuesta Mundial de Valores.*

- La *Encuesta Mundial de Valores* (World Values Survey, WVS) se llevó a cabo en 81 países. En todos ellos, los participantes formaban parte de muestras representativas. Se puede afirmar que, en conjunto, los ciento veinte mil participantes en esta encuesta representan al 85% de los habitantes de la Tierra.
- La respuesta media de “satisfacción con la vida” es igual a 6,5 (escala de 1 a 10).
- Un 56% de los participantes informan de “elevada” satisfacción con la vida (puntuaciones entre 7 y 10).
- La satisfacción es menor en países de menor desarrollo social. Así, en los países escandinavos el porcentaje de personas que manifiesta estar “muy satisfechas” es superior al 80%, mientras que en Zimbawe y Pakistán es inferior al 20%.
- Existe una correlación positiva y estadísticamente significativa ($r = .48$) entre “satisfacción con la vida” y “felicidad”.

Fuente: Inglehart, Basáñez, Díez-Medrano, Halman y Luijckx (2003).

Creencias sobre el mundo social benevolente y los otros en quien confiar

Las personas tienden a creer que el mundo social es benevolente, que las personas son buenas y bondadosas, y a sentirse integradas socialmente. Estas creencias parecen tener su origen en la necesidad hedónica y básica de pertenencia, de gregarismo y de establecer relaciones positivas con otros (Baumeister y Leary, 1995; Epstein, 1994).

Estaría, por un lado, una necesidad de pertenencia o afiliación satisfactoria y estable con grupos con los que se trabaja y comparte actividades y que valoran a la persona, y, por otro, una necesidad de intimidad o de relaciones estables de cariño y cuidado, que puede adoptar varias formas no excluyentes, como la paterno-filial, la de confianza o amistad íntima, y la erótica o amorosa. Es en la infancia cuando las relaciones de cuidado y cariño, o de apego, permiten la exploración y la elaboración de creencias positivas sobre el mundo y el yo (véase Bowlby, 1989; Stroebe, Stroebe, Schut y Abakoumkin, 1996; Rimé, 2005). El estilo de apego seguro implica una visión positiva del entorno social y del yo (véase el Cuadro 7.2).

Cuadro 7.2: Datos sobre apego seguro y creencias acerca del mundo social.**ESTILO DE APEGO****Niños:**

- Apego seguro en porcentajes elevados (50-70%) de las muestras estudiadas en 15 países diferentes de América, África, Asia y Europa.

Adultos:

- Apego seguro en un porcentaje elevado (50%) y apego ansioso ambivalente, que consiste en una visión positiva del entorno social pero negativa del yo, en un porcentaje menor (23%) en muestras estudiadas en 13 países diferentes.
- Los dos tipos de apego (seguro y ansioso ambivalente) implican una visión positiva de los otros. Como una confirmación de estos datos, en muestras representativas de personas adultas, el 50% o más se clasifica en estilos de apego con imagen positiva del mundo, ya sea con apego seguro o preocupado, con visión positiva del mundo aunque negativa del yo (Cozzarelli, Karafa, Collins y Tagler, 2003).

CREENCIAS DE CONFIANZA GENERALIZADA EN OTROS

- Porcentaje medio de 28% en una muestra de 81 naciones del mundo, con variaciones que van desde un 10% en países africanos y Portugal hasta un 60% o más en países escandinavos, Holanda e Irán (Inglehart y cols., 2004).

Fuente: Páez, Fernández, Ubillos y Zubieta (2003).

Creencias acerca de la integración social

Corsini (2004) cree necesario añadir, a las creencias anteriores sobre la benevolencia del mundo social, un nuevo tipo de creencias sobre la *integración social*, que se refieren a la participación en redes sociales y relaciones íntimas en las que se recibe respeto y amor y que, a la vez, impiden la soledad y el aislamiento.

Las creencias acerca de la integración social se encuadran dentro de la misma categoría que las creencias culturales compartidas. Éstas le dan sentido al mundo, explican la existencia, prescriben las conductas normativas y prometen seguridad y trascendencia. Se presupone que también ellas responden a una necesidad básica, la de manejar la ansiedad y soledad existencial de las personas, conscientes como son éstas de su mortalidad y finitud (Simon, Greenberg, Harmon-Jones, Solomon, Pyszczynski, Arndt y Abend, 1997).

Las creencias culturales compartidas ayudan a las personas a afrontar la ansiedad ante la muerte. Éste es el planteamiento de la *Teoría del manejo del terror existencial*, que defiende que las creencias culturales ayudan a las personas a afrontar la ansiedad ante la muerte (Simon, Greenberg, Harmon-Jones y cols., 1997). Al adherirse a ellas, las personas tienden a creer que son miembros estimables, o bien valorados, según estas normas culturales. Así consiguen asegurarse una inmortalidad literal (en el caso de las creencias en el más allá), o simbólica (pensando que, aunque desaparezcan físicamente, su mundo social seguirá existiendo y pervivirán en el recuerdo). Lo confirma el hecho de que las personas a las que se les hace saliente su mortalidad tienden a pensar que su vida tiene mayor significado en comparación con un grupo control (Cozzarelli y Karafa, 1998; Davis y McKearney, 2003).

La importancia de estas creencias, desde una óptica religiosa, se puede apreciar en los datos que ofrece la *Encuesta Mundial de Valores* (véase el Cuadro 7.3):

Cuadro 7.3: *Importancia de las creencias religiosas y en el más allá en la Encuesta Mundial de Valores.*

- El 86% de los encuestados que cree en Dios también tiende a pensar más, de manera significativa aunque moderada, en el sentido y propósito de la vida.
- El 64% de los encuestados cree en el más allá y se constata en ellos la misma tendencia que entre los que creen en Dios.
- Además, las personas que creen en el más allá se consideran ligeramente más felices.

Fuente: Inglehart y cols. (2003).

Creencias sobre el sentido del mundo, el control, el azar y la justicia

Un segundo conjunto de creencias hace referencia al sentido del mundo y al hecho de que, en general, las personas creen que el mundo tiene sentido y propósito, que existe orden y predictibilidad en el mundo, que este se puede entender y comprender. Janoff-Bulman diferencia dentro de las creencias sobre el sentido del mundo tres áreas:

- *Las creencias en el control del mundo*, que consisten en la sobrevaloración que las personas hacen de su capacidad de control.
- *Las creencias sobre el azar*, que afirman que las cosas no ocurren por azar.
- *Las creencias sobre la justicia*, según las cuales las personas reciben lo que se merecen, y merecen lo que les ocurre, en otras palabras, que lo que les ocurre es justo.

Estas creencias surgen de tres necesidades básicas:

- La de mantener un sistema relativamente estable y coherente de creencias acerca del mundo
- La de asimilar las novedades dentro de las creencias ya existentes y reducir de esa forma la incertidumbre.
- La de atribuir significado al mundo y garantizar la consistencia o congruencia entre creencias (Epstein, 1994; Hogg y Abrams, 1993).

De hecho, en la *Encuesta Mundial de Valores* (Inglehart y cols., 2003), el 48% de los encuestados reconocen que piensan mucho en el sentido y propósito de la vida, un 36% que lo hace a menudo y un 17% que pocas veces o nunca. Las personas que más piensan sobre el sentido de la vida se consideran un poco más felices ($r = .023$).

Estudios sobre las creencias en el mundo justo

Las creencias sobre el mundo justo han generado un buen número de investigaciones. Las de carácter experimental han mostrado que las personas que observan a una víctima que sufre un hecho negativo sin haberlo provocado tienden a minimizar su sufrimiento o a atribuirle la responsabilidad de lo ocurrido. Esto ocurre si las personas que observan no pueden reparar lo ocurrido, si no pueden alejarse de la situación y si no se identifican con la víctima ni creen que van a sufrir su misma suerte (véase Corsini, 2004; Hafer y Begue, 2005).

Sin embargo, otras investigaciones de corte correlacional matizan los resultados anteriores:

- Sólo una minoría de personas, aunque amplia (43%), creen que la conducta de las demás personas se puede considerar justa.
- En general, las respuestas en las escalas de creencias sobre el mundo justo se sitúan más bien en el extremo de baja justicia.

- Las creencias acerca del mundo justo y del mundo injusto tienden a ser independientes.
- Las personas creen, sin embargo, que su mundo personal es más justo que el mundo en general.



Varios estudios muestran que las creencias sobre el mundo justo se asocian:

- A criterios de salud mental (tener un locus de control interno).
- A medidas de bienestar (satisfacción con la vida).
- A una mejor salud mental o una menor depresión, incluso cuando se controla el Neuroticismo y la percepción de dominio o control del mundo.

No obstante, es importante subrayar que son las creencias sobre el mundo *personal* justo, es decir, el hecho que la persona crea que recibe lo que se merece y se merece lo que recibe, las que se asocian al bienestar, no las creencias genéricas sobre el mundo justo (Begue, 2002; Furnham, 2003; Lipkus, Dalbert y Siegler, 1996).

Creencias sobre la dignidad de uno mismo

Finalmente, según Janoff-Bulman (1992), otro conjunto de creencias se centran sobre el sí mismo o sobre el yo y su carácter de merecedor y digno de respeto. Aquí destacan las creencias positivas sobre el yo o autoestima. La mayoría de las personas tienden a tener alta autoestima y las personas de menor autoestima tienen una visión menos positiva, pero positiva a fin de cuentas. Las personas recuerdan más los hechos referidos a ellas mismas, y también los hechos positivos que les ocurren, al mismo tiempo que tienden a atribuir sus éxitos a causas internas y sus fracasos a causas externas—lo que contribuye a reforzar la creencia en su eficacia—, como se señala a continuación.

Junto a lo anterior, están las creencias sobre la eficacia o el control del yo o la capacidad de la persona de controlar el mundo. En general, las personas también tienden a tener una imagen positiva de sí, de su pasado y de su futuro (véase el Cuadro 7.4).

Cuadro 7.4: Creencias sobre la eficacia del yo.

- El 90% de las personas cree ser mejores estudiantes, profesores o conductores que la media (Myers, 1995).
- Las personas creen que, en lo relativo al nivel de capacidades y habilidades, están entre los más capaces (*fenómeno de falsa unicidad*).
- También creen que son capaces de controlar el mundo (*ilusión de control*).

En esta dimensión de la eficacia del yo se integra también la creencia de que uno tiene buena suerte, de que le va bien, pero debido al azar (Janoff-Bulman, 1992).

Fuente: Páez, Fernández, Ubillos y Zubieta (2003).

Corsini (2004) agrega que esta imagen positiva y de control del yo también incluye una imagen del yo motivado y con metas, con un propósito o motivado a actuar.

7.3 Sistemas de creencias implícito/experiencial y explícito/racional (CEST)

El *Modelo CEST* (*Cognitive-Experiential Self Theory*) de Epstein (1994) postula que las personas desarrollan de forma automática modelos del mundo en el que viven, es decir, creencias acerca del yo y del mundo. Llama a estos modelos *teorías de la realidad*, ya que considera que son una especie de teorías que de forma automática interpretan, codifican y organizan las experiencias y dirigen la conducta. Añade que las personas tienen dos sistemas de procesamiento de la información paralelos e interactivos, aunque independientes: uno racional y otro experiencial preconscious. Sus características se presentan en el Cuadro 7.5.

Cuadro 7.5: Comparación entre las características del sistema experiencial y las del sistema racional.

Sistema experiencial		Sistema racional	
Implícito	q	Conocimiento (Creencias)	Ć Explícito
Holístico y afectivo, orientado al placer y evitar el dolor	q	Naturaleza	Ć Analítico y lógico, racional orientado a lo que es sensato
Por imágenes, metáforas y narrativas	q	Asociaciones	Ć Por símbolos abstractos, números y conceptos
Rápido, orientado a la acción	q	Procesamiento	Ć Orientado a la acción postergada y planificada a largo plazo
Lento, mediante experiencias intensas, vivirlo para creer	q	Cambio	Ć Rápido, por persuasión verbal, evidencia y justificación lógica para creer
Heurístico, dicotómico y categorial	q	Pensamiento	Ć Analítico, sistemático, dimensional y diferenciado
Emocional y episódica	q	Memoria	Ć Declarativa y semántica
Automáticas, inconscientes (creencias sobre la muerte periféricas y vivenciales y pensamientos involuntarios)	q	Respuestas	Ć Controladas, conscientes y focales (creencias racionales sobre la muerte y pensamientos voluntarios)
Heurístico de actitudes y creencias	q	Procesamiento	Ć Sistemático de actitudes y creencias
Automáticos e involuntarios	q	Procesos	Ć Conscientes y controlados

Fuente: Adaptado de Baddeley (1996), Epstein (1994) y Wegner y Bargh (1998).

El *sistema experiencial* está íntimamente unido a las emociones e impulsado por la búsqueda de placer y la evitación de dolor. Las creencias a las que da lugar son implícitas y provienen de generalizaciones de experiencias significativas desde un punto de vista emocional. En este sistema la información se procesa de forma automática, holística y sin esfuerzo. El modo de experimentar (vivenciar) es pasiva y preconscious. El criterio de verdad, o la única realidad, es aquí la experiencia: experimentar es creer. Así pues, en el sistema experiencial las personas aprenden de la experiencia. El cambio, cuando se produce, es el resultado de una experiencia repetitiva e intensa, y es más lento y difícil que en el sistema racional.

El *sistema racional* es un sistema evolucionado. Procesa la información de manera intencional y abstracta. Tiene como criterios de verdad la lógica, la razón y la evidencia. Las creencias cambian aquí de forma más rápida que las del sistema experiencial y lo hacen sobre la base de nueva evidencia o de raciocinio. Es un sistema relativamente poco eficaz para abordar los sucesos cotidianos y está sometido a una influencia continua del sistema experiencial.

El sistema experiencial es la forma normal o “por defecto” de procesar la información y de responder a los sucesos de la vida cotidiana porque funciona sin esfuerzo y porque está asociado al afecto. Por ello, es el sistema que influye de manera continua y automática en el pensamiento consciente, incluso cuando las personas intentan ser completamente racionales. De hecho, a menos que se advierta de forma explícita a las personas que respondan como lo haría una persona lógica y racional, los pensamientos de los que son conscientes, y de los que van a informar, son sobre todo el resultado de decisiones e interpretaciones experienciales subyacentes.

Los dos sistemas son independientes entre sí. Las creencias en el sistema experiencial pueden coexistir con creencias en el plano racional. Las personas pueden pensar una cosa racionalmente y creer algo muy distinto en el plano experiencial. Además, cuanto mayor sea el desequilibrio entre los dos sistemas y cuanto mayor sea la inclinación de la balanza hacia el sistema experiencial, mayor será la dominancia de este sistema, de lo que se deduce que los sucesos que eliciten emociones fuertes tienen una mayor probabilidad de procesamiento experiencial.

Esta visión dicotómica es coherente con ciertos desarrollos contemporáneos de la Psicología. Por ejemplo, la Neuropsicología también postula la existencia de una memoria semántica y de una memoria emocional. La Psicología de la memoria establece una distinción entre memoria episódica/autobiográfica y semántica, entre conocimiento implícito/de saber hacer (o procedimental) y conocimiento explícito, declarativo (Baddeley, 1998; Simon y cols., 1997), entre procesos heurísticos y analíticos, entre procesos emocionales y de información. También ha puesto de manifiesto la existencia de procesos duales de formación y cambio de actitudes y creencias (Petty y Wegener, 1998). Por último, los estudios sobre los efectos inconscientes de la activación de prejuicios y creencias han revelado la actuación de procesos inconscientes, automáticos e involuntarios, diferentes de procesos conscientes, que requieren esfuerzo y control (Wegner y Bargh, 1998).

Pese a todo, la oposición entre sistema experiencial y racional no es tan radical, ya que hay elementos controlados y declarativos en ambos sistemas cognitivos. Tanto la memoria episódica (asociada al sistema experiencial) como la semántica son memorias declarativas (de saber qué es) y son formas de conocimiento explícito. Igualmente, las formas de juicio y de cambio de actitudes mediante heurísticos son procesos controlados y, en parte, declarativos. Ahora bien, aunque ambos sistemas son accesibles mediante la verbalización, el racional es un sistema de aprendizaje más declarativo y más asociado a la memoria semántica —o abstracta, descontextualizada.

Evidencia experimental de los sistemas de creencias experiencial y racional

El modelo propuesto por Epstein (1994) ha recibido apoyo empírico de tres fuentes principales: el uso de heurísticos o atajos cognitivos, las visiones del yo y el mundo y las reacciones ante la afirmación o negación de las creencias culturales.

El uso de heurísticos o atajos cognitivos

El pensamiento experiencial se caracteriza por codificar, almacenar y dar prioridad a la información concreta, a las representaciones sensoriales. En una serie de estudios se les pidió a las personas que ensayaran sacar una bola roja que estaba mezclada con otras negras en recipientes opacos. Si las personas sacaban una bola roja recibían un premio en dinero. Un recipiente contenía diez bolas rojas y noventa negras y el otro una roja y diez negras. Como muestra de la importancia de la percepción sensorial concreta, se confirmaba que una mayoría de las personas preferían tentar la suerte sacando una bola de color rojo en un recipiente opaco con diez bolas rojas y noventa blancas a hacerlo en un recipiente de nueve blancas y una roja, aunque la probabilidad es la misma en los dos casos. Más aún, el 85% preferían elegir de un recipiente con nueve u ocho bolas rojas y noventa y una o noventa y dos blancas antes que de uno con una roja y nueve blancas —aunque la probabilidad es mayor en este último caso—. Esta decisión ocurría incluso cuando el premio era de 35 euros.

Muchas personas interrogadas decían “saber” que la probabilidad era la misma, pero, que “sentían” que tenían más posibilidades de ganar cuando el número absoluto de bolas rojas era mayor (Epstein, 1994). En una línea parecida, los estudios sobre el impacto del tipo de información también han confirmado que las personas se dejan influir más por ejemplos y narrativas de casos, es decir, por datos concretos y narrados como historias ejemplares, que por datos estadísticos más abstractos.

Visiones del yo y del mundo

Un estilo de pensamiento orientado a la acción se asocia a una visión más optimista del yo y del mundo: cuando a las personas se las pone en un estado o disposición de pasar a la acción, muestran un nivel mucho mayor de ilusión de control, de optimismo ilusorio y de sesgos de positividad. En cambio, cuando se les instala en un estado de pensamiento deliberativo, de análisis y evaluación de los planes de acción, muestran un nivel mucho menor de ilusiones y un pensamiento más realista (Pittman, 1998).

Reacciones ante la afirmación o la negación de las creencias culturales

El estilo experiencial se asocia al refuerzo de las creencias culturales cuando a las personas se les ha activado con anterioridad la amenaza de la mortalidad y esta amenaza está presente de forma pre-consciente. En este sentido, diversos estudios han confirmado que, cuando se hace saliente la mortalidad, las respuestas discriminatorias contra las personas que ponen en entredicho los valores culturales, así como la revalorización de las personas que los ensalzan, no suelen presentarse cuando se induce un modo de pensamiento analítico, sino sólo cuando se induce un procesamiento experiencial.

En el procedimiento habitualmente utilizado, estas respuestas de refuerzo de las creencias culturales se producen después de un rato que las personas hayan pensado sobre su mortalidad, sin experimentar ansiedad consciente y sin tener conciencia de que la cuestión de la mortalidad ha influido en sus respuestas. Por ello, se consideran que son reacciones automáticas y no conscientes. En conjunto, las experiencias anteriores constataron que los efectos sobre las creencias culturales sólo se dan cuando las personas están instaladas en el sistema experiencial (Greenberg, Solomon y Pyszczynski, 1997; Simon y cols., 1997).

7.4 El impacto de los hechos traumáticos

Todas las creencias anteriores se alteran y quedan en suspenso cuando tienen lugar hechos traumáticos, como la violencia colectiva, cuya influencia se extiende hasta veinticinco años después de acontecer el suceso negativo.

La comparación entre víctimas de la violencia política y personas que no han vivido estos hechos traumáticos muestra que las víctimas tienen una visión menos benevolente y confían menos en los demás, tienen una imagen de sí menos positiva y creen menos que el mundo tiene sentido y propósito. También tienen una visión más negativa sobre sí mismos, el mundo social y los otros. Por su parte, las personas que han sido víctimas de catástrofes naturales tienden a creer menos que el mundo tiene sentido y lo perciben como menos benevolente (véase el siguiente recuadro).

RECUADRO: Una investigación sobre las creencias generales en la Comunidad Autónoma Vasca.

El estudio realizado por Páez, Arroyo y Fernández (1995) se interesaba por la prevalencia de las creencias generales de Janoff-Bulman y la forma en que pueden modificarse en función de experiencias traumáticas.

El número de participantes fue de 205. Todos ellos pertenecían a la Comunidad Autónoma Vasca y todos habían vivido un suceso traumático.

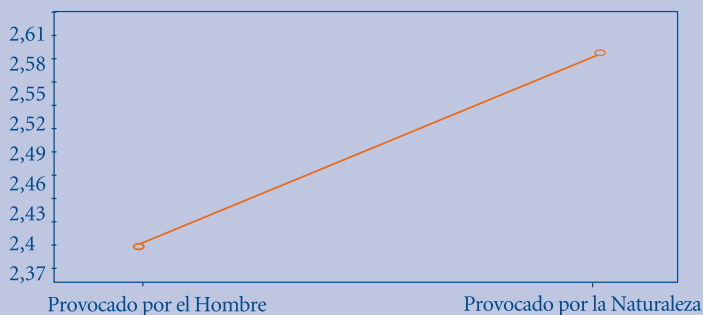
Se pudo constatar que la variabilidad de los sucesos trae consigo no sólo distintos efectos psicosociales, sino diversas interpretaciones y respuestas sobre las creencias del mundo (véase Gráfico 7.1).

Así, la naturaleza puede provocar daños, pero no con intencionalidad, mientras que los humanos son capaces de provocar daño de una forma intencional.

Esta diferencia tiene distintas interpretaciones:

- En el caso de los desastres naturales las personas pueden empezar a dudar del sentido del mundo, mientras que las víctimas de hechos provocados por causa humana tienden a ver el mundo y a sí mismos de forma más negativa.
- Los desastres naturales, aunque pueden matar, no amenazan el respeto de las personas hacia sí mismas, pero sí lo hacen los daños por causa humana o la violencia (Martín Beristáin, Giorgia, Páez, Pérez y Fernández, 1999).

Gráfico 7.1: Diferencias en función del tipo de suceso para la categoría benevolencia del mundo de Janoff-Bulman*.



* **Nota:** Elaboración por Itziar Fernández a partir de los datos de Páez y cols. (1995).

La benevolencia del mundo social en general se refiere a la idea de que la gente es básicamente buena y agradable. Su rango de variabilidad en la investigación iba de 1 “nunca” a 4 “siempre”.

Los sucesos producidos por la naturaleza fueron los siguientes: inundación, galerna y temblor de tierra. Su porcentaje de presencia en el estudio era del 39,04%.

Los sucesos provocados por el ser humano eran los siguientes: incendio, explosión, descarrilamiento, aviso de bomba y accidente de tráfico. Su porcentaje de presencia en el estudio era del 60,96%.

Continúa

En general, las conclusiones que se desprenden del estudio sobre los supuestos básicos de Janoff-Bulman son:

- Las personas que han sido víctimas de hechos traumáticos (por ejemplo, violación) tienen una visión más negativa sobre la dignidad de sí mismos.
- Las personas que han sido víctimas de catástrofes naturales tienden a creer menos en el sentido del mundo, el control, el azar y la justicia.
- Las personas que han sido víctimas de hechos provocados por seres humanos perciben el mundo social de manera más negativa y como menos benevolente.



Imágenes del terremoto de Cachemira

En Octubre de 2005 un terremoto de intensidad 7,6 en la escala de Richter que afectó a la región de Cachemira, en Pakistán, provocó un número elevado de muertes, estimado en más de veinte mil personas.

Ciudades enteras desaparecieron y centenares de pueblos resultaron arrasados. La actuación de los equipos de emergencia del país resultó insuficiente y fue preciso solicitar la ayuda internacional.

Las tareas de búsqueda de personas se vieron enormemente dificultadas por los derrumbes y porque se repitieron los temblores, aunque de menor intensidad, todo ello en medio de los aludes causados por las lluvias.

Pero este impacto es parcial, ya que los estudios sobre los efectos negativos de los hechos traumáticos o emocionales han mostrado que estos no afectan siempre a todas las creencias sociales (véase el Cuadro 7.6).

Cuadro 7.6: *Algunos resultados de los estudios sobre los efectos negativos de los hechos traumáticos o emocionales.*

- Estudio de Janoff-Bulman (1992) con participantes estudiantes: cuatro de seis hechos traumáticos tuvieron un efecto sobre dos de ocho creencias.
- Estudio de Catlin y Epstein (1992): la mitad de los hechos traumáticos tuvieron un efecto y siempre sobre dos de seis creencias.
- Diferencias entre víctimas y no víctimas: las víctimas de hechos traumáticos:
 - Percibían el mundo en general como menos benevolente.
 - Se percibían a sí mismas como menos dignas.
- Hechos traumáticos que tuvieron un impacto: eran los sucesos más negativos y menos frecuentes en general, en concreto, abuso sexual, ser víctima de un crimen violento y rechazo interpersonal íntimo.
- Hechos que no tuvieron efecto: desastre natural, accidente, ser víctima de crimen no violento, cometer uno mismo un acto inmoral, cambiarse de ciudad o residencia y muerte de alguien próximo (Corsini, 2004).
- El efecto de socavar las creencias básicas se produce sólo en las personas que han vivido hechos traumáticos y que han desarrollado un síndrome de estrés postraumático —en promedio un 20%, que llega al 50-60% en los casos de masacres y violaciones— (Foa, Ehlers, Clark, Tolin y Osrillo, 1999; Pedersen, 2002).
- Los hechos traumáticos y estresantes modifican las creencias en un sentido menos positivo y no totalmente negativo (Foa y cols., 1999). En una escala de uno a seis (media teórica = 3,5), en la que seis indica una visión muy positiva:
 - Las personas afectadas por traumas y con síndrome de estrés postraumático tenían una visión media de la benevolencia del mundo ($M = 3,4$).
 - Las personas afectadas sin trastorno y el grupo control, o las no afectadas, creían más en la benevolencia del mundo (en estos dos últimos casos $M = 4,5$).
 - Las traumatizadas con síndrome de estrés postraumático creían ser ligeramente capaces de controlar personalmente el mundo ($M = 4,25$).
 - Las afectadas sin síndrome de estrés postraumático se equiparaban con el grupo control ($M = 4,75$).

Fuente: Páez, Fernández, Ubillos y Zubietta (2003).

Aunque la mayoría de la gente en los Estados Unidos de Norteamérica (60% de los varones) ha vivido a lo largo de su existencia un hecho traumático, en general, la población presenta una visión positiva del yo, del mundo y de los otros (Norris, 1992). Por su parte, hechos positivos extremos (tener un gran éxito, una intensa y satisfactoria relación amorosa) refuerzan las creencias básicas positivas.

Los episodios emocionales cotidianos

Junto a los hechos traumáticos extremos, que amenazan a la supervivencia, los episodios emocionales cotidianos también son capaces de provocar efectos en las creencias básicas. Una serie de estudios retrospectivos, en los que se utiliza un sistema de diario, así como un informe de hechos emocionales inmediatamente después de haber ocurrido, muestra que los hechos emocionales cotidianos negativos, distintos a los hechos traumáticos negativos, ejercen los siguientes efectos: (a) hacen que predomine una visión menos optimista del mundo en general, (b) llevan a creer que el mundo carece de sentido, que es injusto e incontrolable, (c) hacen decrecer la creencia en la bondad y benevolencia de las personas, (d) inducen sentimientos de aislamiento, de exclusión social y de soledad, (e) disminuyen la creencia en la dignidad o respeto del yo y (f) hacen que la persona se sienta incapaz y sin esperanza y que pierda la motivación.

Ocurre lo contrario con hechos emocionales cotidianos positivos. La influencia de estos es más estable y la de los hechos negativos desaparece a medio plazo —de acuerdo con lo antes mencionado sobre la ilusión de invulnerabilidad— (Corsini, 2004).

7.5 La reconstrucción de las creencias básicas y la integración en ellas de los hechos traumáticos

Las personas intentan comprender el hecho traumático y se esfuerzan por alcanzar la *comprensión* o el *significado explicativo* del hecho traumático para integrarlo en las creencias sobre la justicia, el control, la ausencia de azar y el sentido del mundo. Las personas también buscan responder al “qué es, cómo y por qué ocurrió el hecho traumático”. Al plantearse estas preguntas, expresan la necesidad que sienten de reconstruir el sentido y carácter benevolente del mundo en general (véase el Cuadro 7.7).

Los estudios relevantes han llegado a una serie de conclusiones firmes.

Cuadro 7.7: Conclusiones de diversos estudios sobre la búsqueda de sentido a los hechos traumáticos.

- No todas las personas logran encontrar un sentido explicativo a lo ocurrido. Hay entre un 30-40% a un 60% que no consiguen encontrar un porqué a las pérdidas, incluso varios años después de haber ocurrido el suceso. En dos estudios (Bonano y Kaltman, 1999) la búsqueda prolongada de sentido predecía peor adaptación al duelo.
- Las personas que no encuentran un sentido explicativo al hecho traumático en el primer momento siguen, en general, sin encontrárselo a medio y largo plazo.
- Sólo si se encuentra sentido explicativo al hecho traumático a corto plazo se va a conseguir un mejor ajuste emocional —encontrárselo después de seis meses no ayuda al equilibrio afectivo—.
- Las personas que encuentran sentido explicativo al hecho traumático a medio y largo plazo, en comparación con las que lo encuentran a corto plazo o inmediatamente después de lo ocurrido, le dan al mundo un sentido menos justo, menos ordenado y menos benevolente. Dicen, por ejemplo, “he aceptado que el sentido de su muerte es que la muerte no tiene sentido, que llega por azar”.
- La atribución de sentido explicativo se asocia a la fortaleza de las creencias religiosas (Dios lo quiso), mientras que estas últimas no se vinculan a las creencias de significado positivo de lo ocurrido, ni la atribución de sentido explicativo se asocia a las creencias de significado positivo de crecimiento post-traumáticos.

Fuente: Nolen-Hoeksema y Davis (2005); Tennen y Affleck (2005).

También se constata la existencia de un proceso destinado a encontrar los aspectos positivos o beneficios de la experiencia ante el hecho traumático. Generalmente, se trata de lecciones sobre sí mismo, por medio del descubrimiento de un crecimiento o de una mejora personal, de encontrar fuerza interior y nuevas habilidades. También se trata de lecciones sobre las relaciones con los otros, a través de la reevaluación del apoyo social y de la cercanía a los otros, y de lecciones sobre la vida, por medio de una reevaluación de la importancia de vivir el momento, con una modificación de las prioridades hacia las relaciones y una desdramatización de los conflictos e insatisfacciones, así como del desarrollo de aspectos ideológicos o filosóficos (Janoff-Bulman, 1992; Calhoun y Tedeschi, 1998).

Como se ve, este proceso de crecimiento post-traumático también se asocia en parte a la reconstrucción de una imagen positiva del yo, de las relaciones con otros y del mundo —aunque no se centra tanto en la reconstrucción de una visión ordenada, justa, controlable, con sentido y benevolente en general del mundo—, sino que más bien se orienta a valorar los aspectos positivos de las reacciones del yo, de los otros, así como a una flexibilización y adaptación de las creencias filosóficas generales.

Los estudios relevantes llegan a una serie de conclusiones firmes, que se exponen en el Cuadro 7.8.

Cuadro 7.8: *Conclusiones de diversos estudios sobre la reconstrucción positiva de la experiencia traumática.*

- Es más fácil para las personas encontrar aspectos positivos de la respuesta al trauma que atribuirle un sentido explicativo a lo ocurrido. Mientras un 70-80% logra encontrar un aspecto positivo, sólo entre un 60-70% consigue averiguar el porqué de lo ocurrido.
- La atribución de sentido explicativo no es anterior temporalmente al significado positivo ni se asocia a él. No se ha podido comprobar que la búsqueda de significado explicativo y la reconstrucción de las creencias básicas de sentido, orden, justicia y control ocurran antes de las creencias de crecimiento o significado positivo.
- En catorce de veinte estudios, encontrar aspectos positivos o de crecimiento personal, de relaciones con los otros y de cambios de la visión del mundo se asocia a un mejor ajuste emocional. Además, encontrar sentido positivo se vincula al equilibrio afectivo, aunque se encuentre a medio o largo plazo, lo que aumenta la fuerza de asociación entre encontrar sentido y la balanza de afectos.
- Ni el contenido ni la cantidad de beneficios o aspectos positivos juegan un papel en la mejora emocional: da lo mismo encontrar uno o varios beneficios, o que estos se refieran al yo o a la visión del mundo.
- En varios estudios las percepciones de cambios positivos se han visto refrendadas por juicios externos de pares o por otros indicadores. Además, no se han asociado indicadores de afrontamiento de evitación o denegación, sugiriendo que no se trata sólo de juicios sesgados, es decir, de juicios que atienden selectivamente a unos aspectos en detrimento de otros. Además se asocian a formas de afrontamiento de búsqueda de apoyo social y búsqueda de significado positivo.
- Las personas con más optimismo disposicional, probablemente más equilibradas emocionalmente o de bajo neuroticismo y extrvertidas, son las que infieren más beneficios o encuentran más aspectos positivos de la respuesta al trauma. Pese a ello, el control estadístico de los rasgos de personalidad no elimina la influencia de la búsqueda de significado positivo, lo que sugiere que su efecto sobre el ajuste emocional no se debe sólo a la personalidad.

Fuente: Nolen-Hoeksema y Davis (2005); Tennen y Affleck (2005).

Formas de reconstrucción y adaptación de las creencias básicas

Los hechos negativos pueden llegar a afectar a las creencias básicas a través de un proceso de fortalecimiento mediante el sufrimiento, aunque en este caso sólo refuerzan las creencias positivas

sobre el yo y el mundo. Esto ocurre en un 20% de los hechos estresantes (Aldwin y Levenson, 2004). Se trata de cambios de creencias que se asocian a aquellas reacciones personales y del entorno susceptibles de connotación positiva, como el apoyo y el dominio de sí. Es un proceso similar al que tenían en mente los autores que formularon estas frases que recoge Janoff-Bulman (2004):

“Lo que no mata fortalece” (Nietzsche).

“Nuestra mayor gloria no consiste en no ser derrotados, sino en nuestra capacidad de recuperarnos después de la derrota” (Confucio).

Ocurre también en ocasiones que los cambios negativos producen transformaciones en las creencias básicas en la dirección de hacerlas más flexibles y realistas, preparando a la persona para futuros hechos negativos. Es muy frecuente que las personas afectadas por hechos traumáticos digan “nunca pensé que esto me pasaría a mí”. Las personas tienen una visión menos optimista pero más sabia, ya que aceptan que cosas negativas les pueden ocurrir, por lo que estos hechos cuando les suceden les afectan menos (Janoff-Bulman, 2004).

Otro tipo de cambio implica una reelaboración de las creencias básicas en un sentido más positivo, pese al impacto negativo, y afecta a la mayoría de las personas. Así, un 55% mencionaba cambios tanto positivos como negativos después de hechos estresantes (Aldwin y Levenson, 2005). Por ejemplo, ancianos que informaban de un alto nivel de crecimiento post-traumático decían ver al mundo como más controlable y justo, aunque se percibían a sí mismos como personas con mala suerte (Calhoun y Tedeschi, 2004). En la mayoría de los casos las personas logran reconstruir una visión positiva del mundo, de los otros y del yo —al menos parciales—, del estilo de la que transcribe Janoff-Bulman (2004):

“Algunas personas son buenas, el mundo tiene aspectos positivos, yo tengo ciertas capacidades, aunque me pueden ocurrir cosas negativas”.

Condiciones que facilitan el crecimiento postraumático

Los cambios positivos en las creencias (véase Armeli, Gunthert y Cohen, 2001) se asocian en general:

- A una alta activación afectiva provocada por el hecho —un cierto grado de emocionalidad negativa es necesaria para propulsar un proceso de desarrollo—.
- A un afrontamiento adaptativo —reevaluación positiva, búsqueda de soluciones—.
- A un mayor apoyo social.

Los hechos traumáticos colectivos que afectan y movilizan a la colectividad, y que difuminan probables estigmas, tienden a reforzar respuestas de crecimiento post-traumático. También cabe esperar que las comunidades pequeñas o más cohesivas faciliten respuestas de crecimiento, al igual que los traumas o desastres de carácter menos maligno, como catástrofes naturales. Respuestas institucionales y formas adecuadas de apoyo después del trauma también facilitan el crecimiento post-traumático (McMillen, Smith y Fisher, 1997). Lo mismo sucede con hechos traumáticos de carácter no demasiado extremo, de modo que a la persona le resulte posible mantener formas de autocontrol y autoeficacia relativas. Como muestra de ello, las medidas de personalidad del MMPI (*Minnesota Multiphasic Personality Inventory*) tendían a mejorar desde la universidad a la edad adulta en aquellos exsoldados que habían estado expuestos a niveles moderados de combate, en comparación con exsoldados no expuestos al combate o expuestos a niveles altos o fuertes de combate (Aldwin y Yancura, en prensa).

7.6 Resumen

Las creencias básicas sobre el mundo social y el yo se basan en la experiencia emocional. Para intentar explicar esta argumentación se presenta el *mundo de los supuestos* de Parkes, que es esa visión que la persona tiene de la realidad tal y como ella cree que es. Pero esta percepción se ve modificada cuando en la escena cotidiana irrumpen los sucesos vitales importantes, vale decir, *transiciones psicosociales*.

Por su parte, Alcock ilustra el tema de las creencias acerca del mundo social y del yo a partir de la metáfora de la persona como *máquina de creencias*. Es decir, el ser humano genera creencias a través de una secuencia. Estas creencias, que pueden ser tanto falsas como correctas, cumplen la función de ser útiles para la supervivencia.

Posteriormente, se exponen los supuestos básicos de Janoff-Bulman. Estos se estructuran en tres categorías: primera, las creencias básicas referentes a la benevolencia del mundo en general y de los hechos que en él acontecen; segunda, las creencias sobre el sentido del mundo, el control, el azar y la justicia; y tercera, las creencias sobre la dignidad de uno mismo. Además, Corsini considera oportuno incluir en la primera categoría sobre la benevolencia del mundo las creencias sobre integración social.

Tras la exposición de la Teoría de Janoff-Bulman nos adentramos en el Modelo de creencias de Epstein. Este autor postula que poseemos dos sistemas de creencias, uno implícito/experiencial y otro explícito/racional. Este modelo tiene apoyo empírico en el uso de heurísticos, en las visiones del yo y del mundo y, en las reacciones ante la afirmación o negación de las creencias culturales.

Después, se hace mención al impacto que producen tanto los hechos traumáticos como los sucesos emocionales cotidianos sobre las creencias. En este sentido, se muestran, por ejemplo, los efectos negativos que tienen sobre las creencias de que el mundo es benevolente y justo.

Finalmente, se aborda la reconstrucción de las creencias básicas y la integración en ellas de los hechos traumáticos. Es decir, las personas intentan entender y responder al hecho traumático para integrarlo en las creencias sobre la justicia, el control, la ausencia de azar y el sentido del mundo. Así, se presentan estudios que tratan sobre la búsqueda de sentido tras el hecho traumático o emocional, e investigaciones sobre las condiciones que facilitan el crecimiento postraumático.

Términos de glosario

Benevolencia del mundo (creencia en la)

Creencias básicas

Hechos traumáticos

Máquina de creencias

Sistema de creencias explícito/racional

Sistema de creencias implícito/experiencial

Transiciones psicosociales

Lecturas y otros recursos recomendados

Páez, D., Arroyo, E. y Fernández, I. (1995). Catástrofes, situaciones de riesgo factores psicosociales. *Mapfre Seguridad*, 57, 43-55.

Jiménez, A., Páez, D. y Javaloy, F. (2005). Correlatos psico-sociales de la participación en manifestaciones tras el atentado del 11 de marzo. *Revista de Psicología Social*, 20, 263-275.

Estos dos trabajos presentan estudios con el cuestionario de Janoff-Bulman sobre las creencias básicas. El lector va a poder comprobar que los sucesos provocados por el ser humano (por ejemplo, los atentados terroristas del 11-M) generan un cambio de creencias sobre el mundo diferente al producido por los acontecimientos catastróficos, donde la intervención de la persona no tiene un efecto tan directo.

Estereotipos¹

Ángel Gómez Jiménez

Dedicatoria:

Érase una vez que un estudiante mal vestido, con largos pelos y, en general, bastante desaliñado, se presentó en el despacho de una célebre investigadora para saber si le aceptaría como su alumno de doctorado, con la herramienta de su motivación. El alumno nunca había manejado un ordenador, desconocía el idioma inglés (herramienta básica para sus fines), y presentaba un expediente imposible para conseguir ningún tipo de beca. En definitiva, no cumplía con el “estereotipo” del investigador. Más bien, todo lo contrario. Sin embargo, la distinguida profesora era una de las personas que más saben sobre estereotipos... y no se dejó llevar por ellos. Años después, el alumno alguna vez le oyó decir que “La mejor forma de no dejarse influir por los estereotipos y poder cambiarlos es saber lo que son y cómo funcionan”. Hoy, ese alumno dedica este capítulo a esa profesora. Con todo mi cariño y respeto, a mi amiga y siempre maestra Carmen Huici.

Objetivos

- Definir qué se entiende por estereotipos.
- Diferenciar entre estereotipos, prejuicio y discriminación.
- Presentar cómo y por qué se forman los estereotipos.
- Exponer cómo las personas nos representamos los estereotipos.
- Mostrar los mecanismos mediante los cuáles se mantienen los estereotipos.
- Revisar las formas en las que se pueden aplicar los estereotipos.
- Conocer cómo se miden los estereotipos.
- Examinar cuáles son las principales características de los estereotipos.

¹ Deseo agradecer sinceramente la revisión realizada por Isabel Cuadrado a versiones previas de este capítulo.

8.1 Introducción

Quien afirme que no tiene un estereotipo de cierto grupo de inmigrantes, de los gitanos, de los atletas negros, de las personas con discapacidad, de las mujeres (o de los hombres), por poner algunos ejemplos, estaría mintiendo, o querría tratar de convencernos de que vive en una burbuja aislado de sus recuerdos y de la información social a la que nos enfrentamos cada día.

¡Que no se preocupe el lector! ¡No pasa nada! Todos mantenemos estereotipos. La mejor forma de no dejarnos influir por ellos es saber qué son, cuál es su naturaleza, y conocer sus características. Si sabemos cuándo nos pueden afectar a nosotros, o a los demás, podremos comprender uno de los procesos más estudiados por la Psicología social.

Comenzaremos el capítulo explicando qué son los estereotipos. No es tarea fácil, ya que las definiciones se cuentan por docenas. Posteriormente, haremos un repaso histórico de su estudio, ya que aunque el término apareció hace más de 80 años, en este siglo se siguen publicando monográficos sobre el tema por ser de máxima actualidad (véase, por ejemplo, McGarty, Yzerbyt y Spears, 2002a; o Schneider, 2005). Seguiremos con las principales orientaciones teóricas desde las que se ha abordado su estudio. Posteriormente, dedicaremos gran parte del capítulo a su naturaleza. Trataremos de responder a cinco preguntas clave: ¿cómo se forman, representan, mantienen, aplican, y miden los estereotipos? Y, por último, analizaremos algunas de sus características más importantes como su contenido, funciones, grado de estabilidad y precisión, y distinguiremos los estereotipos individuales de los culturales.

8.2 ¿Qué son los estereotipos? Definición

El término *estereotipo* procede del nombre que se le daba a una impresión tomada de un molde de plomo utilizado en las imprentas. Fue adaptado por los científicos sociales en 1922, a cargo del periodista Walter Lippman. De acuerdo con Lippman, estos son “imágenes en nuestras cabezas” (p. 3) que reflejan nuestras tendencias a pensar que las personas o cosas que pertenecen a la misma categoría comparten características similares. A pesar de no ser psicólogo, realizó aportaciones interesantes a la Psicología social, como que tendemos a prestar más atención a la información que confirma nuestros estereotipos, y a hacer menos caso a la que es inconsistente con ellos, o que los estereotipos están influidos por la cultura. Sin embargo, su aportación no tuvo en cuenta que los estereotipos también existen desde el punto de vista de la persona o grupos que son estereotipados.

Resulta complejo dar una definición de estereotipo que englobe todas las que se han presentado en la literatura (véase, por ejemplo, Hamilton y Sherman, 1994; Hilton y Von Hippel, 1996; Huici, 1999). Tal es la cantidad de definiciones que se han desarrollado, que el concepto en sí ha sido objeto de revisión teórica en nuestro país por parte de varios autores (Huici, 1999). Al menos, parece existir consenso en que son *esquemas cognitivos*. Para el presente capítulo partimos de la concepción de McGarty, Yzerbyt y Spears (2002b, pp. 2-6), quienes manifiestan que es necesario conocer los tres principios que han guiado la investigación sobre estereotipos:

- Son una *ayuda para explicar la realidad social*.
- Son un *mecanismo de ahorro de energía* (véase el Cuadro 8.1).
- Son *creencias compartidas sobre un grupo*.

Es decir, serían las creencias compartidas sobre un grupo que sirven como ahorro de energía para explicar la realidad social.

Cuadro 8.1: *Los estereotipos como fuente de ahorro de energía.*

Macrae, Hewstone y Griffiths (1993) realizaron un experimento en el que presentaban un vídeo donde aparecía una mujer hablando de su estilo de vida. A la mitad de los participantes se les dijo que era peluquera y a la otra mitad que era doctora. Durante su discurso (el mismo para los dos grupos) la mujer afirmaba que tenía creencias y comportamientos que pertenecían al estereotipo de las peluqueras (le gustan las discotecas, llevar minifalda, etc.), y creencias y comportamientos más propios de un médico (interés por la política, ir a la ópera, etc.).

Cuando los participantes se concentraban en el vídeo, recordaban mejor la información inconsistente con la supuesta profesión de la mujer. Es decir, a los que se les decía que era una peluquera recordaban las características sobre “interés por la política”, etc., mientras que ocurría lo contrario con los participantes a quienes se les indicaba que la mujer era médico. Sin embargo, cuando tuvieron que realizar una tarea compleja que les distraía, recordaban mejor la información consistente con el estereotipo. Esto significa que cuando estaban ocupados, lo que hacían era ahorrar recursos cognitivos, por ello utilizaban la información consistente con los estereotipos.

Este es sólo un ejemplo. Existen otras investigaciones en las que también se demuestra que las personas se dejan llevar más por los estereotipos cuando están “mentalmente ocupados” (Bodenhausen y Lichtenstein, 1987; Bodenhausen y Wyer, 1985; van Knippenberg, Dijksterhuis y Vermeulen, 1999).

Para poner de manifiesto la complejidad de definir los estereotipos, en el Cuadro 8.2 se presentan en orden cronológico algunas de las definiciones más relevantes desarrolladas en la literatura.

Cuadro 8.2: *Algunas de las definiciones más representativas de qué son los estereotipos.*

Lippman (1922):

“Imágenes en nuestras cabezas”.

Katz y Braly (1935, p. 181):

“Es una impresión fijada que se ajusta poco a lo que pretende representar y que es el resultado de lo que definimos primero y observamos después”.

Edwards (1940, pp. 357-358):

“... estímulo que despierta preconcepciones estandarizadas que influyen en la determinación de una respuesta a un estímulo”.

Allport (1954, p. 191):

“... creencia exagerada asociada con una categoría”.

Vinacke (1957, p. 230):

“... colección de rasgos sobre los cuales hay un gran porcentaje de personas que están de acuerdo sobre lo que es apropiado para describir a un grupo de individuos”.

Secord y Backman (1964, p. 66):

“Tienen tres características: la categorización de personas, un consenso en los rasgos atribuidos, y una discrepancia entre los atribuidos y los reales”.

Brigham (1971, p. 31):

“... una generalización hecha sobre un grupo de acuerdo a la atribución de una serie de características, la cual (la generalización) es considerada como injustificada para un observador”.

Ashmore y Del Boca (1979, p.22):

“... una serie de creencias sobre los atributos personales de un grupo de personas”.

McCauley, Stitt y Segal (1980, p. 197):

“Aquellas generalizaciones sobre una clase de personas que les distingue de otras”.

Continúa

Stephan (1985, p. 600):

“Conjunto de características atribuidas a grupos sociales”.

Gaertner y Dovidio (1986, p. 81):

“... colección de asociaciones que relacionan un grupo con una serie de características descriptivas”.

Mackie, Hamilton, Susskind y Rosselli (1996, p. 42); Hamilton y Troiler (1986):

“Son una estructura cognitiva que contiene el conocimiento, las creencias y las expectativas del perceptor sobre un grupo social humano”.

Hilton y Von Hippel (1996):

“Creencias sobre las características, atributos y conductas de los miembros de determinados grupos, así como *teorías* que nos formamos sobre hasta qué punto ciertos aspectos que atribuimos a un grupo van juntos”.

Jones (1997, p. 170):

“... conjunto de creencias positivas o negativas mantenidas por un individuo sobre las características de un grupo como un todo. Varían en su precisión, la extensión con la cual capturan el grado en el que los miembros del grupo estereotipado poseen estas características, y la extensión con la cual esta serie de creencias es compartida por los demás”.

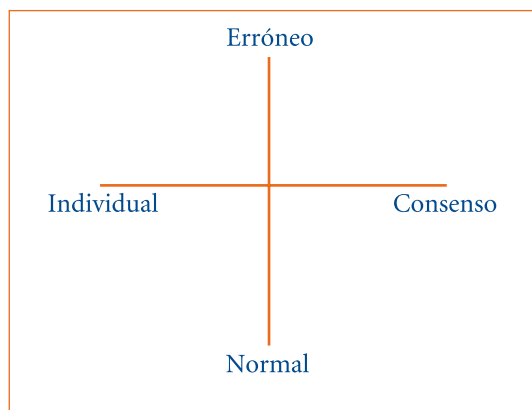
Huici, (1999, p. 74):

“... creencias que versan sobre grupos y a su vez se crean y comparten en y entre los grupos dentro de una cultura”.

Fuente: adaptado de Schneider, 2005, pp. 16-17.

Se han propuesto dos dimensiones para clasificar las definiciones de estereotipo (véase la Figura 8.1). La primera los organiza en función de que consideren que es una forma errónea o normal de pensamiento. Es decir, que no se corresponden con lo que sucede en la vida real o que, por el contrario, sí se trata de un proceso normal. Sería pues la dimensión “erróneo vs. normal”. La segunda se refiere a si es una creencia mantenida a nivel individual, o si existe un acuerdo grupal o consenso sobre su contenido. Esta sería la dimensión “individual vs. social”.

Figura 8.1: Dimensiones propuestas para clasificar las definiciones de estereotipos.



Fuente: Adaptado de Huici (1999, p. 74), y ésta de Ashmore y Del Boca (1981) y Miller (1982). En el eje vertical se sitúa la dimensión “erróneo-normal”, y en el eje horizontal la dimensión “individual-consenso”.

8.3 Historia del estudio de los estereotipos en Psicología social

Para hacer este recorrido seguiremos los pasos de Huici (1999), aunque con algunas variaciones.



Walter Lippman

Walter Lippman, un periodista nacido en Nueva York en 1889, escribió en 1922 el libro *Opinión Pública*. En este libro presentó una concepción de los estereotipos como imágenes mentales que median entre nosotros y la realidad, influyen en cómo percibimos las cosas y “nos hablan del mundo antes de verlo” (p. 81). Pero sus aportaciones no se limitan a la definición. También argumentaba que tienen funciones cognitivas y motivacionales.

En cuanto a su función cognitiva, nos hacen la vida más cómoda porque simplifican nuestra realidad, facilitan la interacción, y posibilitan la convivencia.

Pero también cumplen una función motivacional, ya que son útiles para que ciertos grupos mantengan su poder, dominancia o estatus.

Huici (1999) recoge la alusión que Lippman hace a Aristóteles cuando en *La política* el filósofo recomienda a los griegos que deben tener una visión de los esclavos que garantice el mantenimiento de la esclavitud.

La segunda gran contribución vendría de la mano de Katz y Braly en 1933, con su famoso estudio realizado en la Universidad de Princeton. Su principal aportación será la de proponer una metodología para medir los estereotipos (véase el Cuadro 8.3).

Cuadro 8.3: La aportación de Katz y Braly (1933) a la medida de los estereotipos.

La primera medida de estereotipos reconocida en la historia fue la de Katz y Braly (1933). Consistía en mostrar a un grupo de participantes una lista de 84 adjetivos para que seleccionaran cinco de ellos que, a su juicio, estaban asociados a diez grupos étnicos diferentes. Los autores consideraban que “el contenido del estereotipo” estaba compuesto “por los adjetivos más utilizados para cada uno de dichos grupos”. A pesar de que esta medida tiene más de 70 años de historia, su utilización sigue siendo muy popular (para una revisión, véase Dovidio, Brigham, Johnson y Gaertner, 1996). Sin embargo, parece ser que en los últimos años la gente ha vuelto más reacia a participar en investigaciones sobre estereotipia, o se ha mostrado menos dispuesta a reconocer sus estereotipos. Esto se ha hecho especialmente saliente cuando los sujetos relacionan estas investigaciones con medidas de prejuicio (véase Molero en este manual).

La tercera aportación fue la realizada por Gordon Allport, quien vinculó los estereotipos directamente con el prejuicio (tanto en el *Handbook of Social Psychology* de 1935, como en *La naturaleza del prejuicio*, de 1954). Para Allport, que exista un estereotipo negativo sobre un grupo al que se rechaza no es una explicación del rechazo, sino una manera de justificarlo. De acuerdo con Allport, la categorización sirve para agrupar la información que nos resulta útil para guiar nuestra adaptación al mundo. Asimismo, permite identificar rápidamente los objetos que están relacionados y la propia categoría impregna toda la información incluida en ella con un mismo sabor emocional e ideacional.

Una cuarta contribución es la de Adorno, Frenkel-Brunswick, Levinson y Sanford sobre *la Teoría de la personalidad autoritaria* (1950) que propone un grupo de rasgos de personalidad. Consiste en idealizar a los padres y desplazar los impulsos agresivos hacia otros grupos diferentes al nuestro (exogrupos). Según Adorno y cols. (1950), los estereotipos estarían asociados

a procesos de pensamiento que se producen en este tipo de personalidad intolerante y autoritaria, y que crean y mantienen categorías rígidas. Autoritarismo y prejuicio son dos rasgos que aparecen asociados invariablemente.

La quinta contribución se debe a Campbell (1967). Señalamos a continuación sus aportaciones más relevantes:

- Los estereotipos estarían formados por factores externos (como la apariencia física), e internos (como las motivaciones, hábitos, etc.).
- No sólo se refieren a las características del grupo descrito, sino también del que lo describe.
- Cuanto mayor sean las diferencias entre el grupo que estereotipa y el estereotipado, mayor será la probabilidad de que esas características formen parte del estereotipo.
- Cuanto más contacto exista entre los grupos, mayor será la posibilidad de que parte del estereotipo esté basado en características reales.
- El contexto de comparación de la relación intergrupala es importante en la elección de las características que forman parte del estereotipo.
- Los estereotipos pueden incurrir en errores, como asumir que los exogrupos realmente son como el endogrupo cree que son, o la interpretación oportunista de pensar que son las características negativas las que producen el rechazo hacia el otro grupo, cuando en realidad es por otros motivos.

Y la última contribución en el repaso de Huici, pero especialmente importante ya que fue probablemente el primer paso del predominio de la orientación cognitiva en el estudio de los estereotipos, es la de Tajfel (1969). Tajfel partió de un análisis del prejuicio asociado a la categorización (que ordena y simplifica la realidad), la asimilación (la tendencia a aplicar las categorías “bueno” o “malo” a determinados grupos) y la búsqueda de coherencia (explicaciones que buscan las personas a los cambios que se producen). A partir de este momento, la influencia de la categorización en el estudio de los estereotipos será fundamental, porque al agrupar a las personas en categorías, se percibe que todas las que pertenecen a un grupo comparten las características asignadas a ese grupo y se reduce la posibilidad de que existan diferencias individuales. Es decir, el estereotipo se convierte en una herramienta útil para simplificar la realidad y organizar la información sobre los grupos con los que interaccionamos.

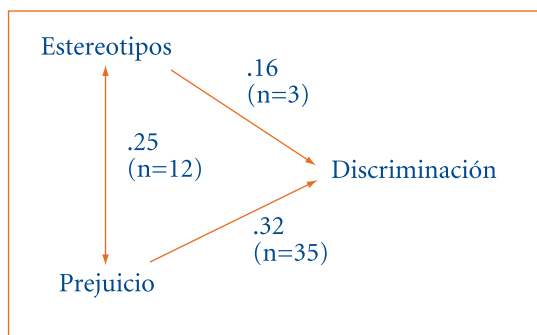
8.4 Estereotipos, prejuicio y discriminación

Una forma complementaria de saber qué son los estereotipos es diferenciarlos de otros conceptos similares, y con los que se suele confundir: el prejuicio y la discriminación. Cada vez es más difícil encontrar un manual de Psicología social que dedique un capítulo entero a los estereotipos. Esto se debe a que la estereotipia está relacionada con tantos procesos que resulta complejo aislarlo sin solaparse con el resto de capítulos de un manual. Además, los estereotipos suelen incluirse en un bloque en el que también se describen prejuicio y discriminación. A pesar de que el presente manual dispone de dos capítulos centrados en el prejuicio (véase Molero), consideramos necesario realizar algunas puntualizaciones.

La forma más habitual de concebir la relación entre estereotipos, prejuicio y discriminación es adoptar la concepción tripartita clásica de las actitudes, según la cual constan de tres componentes: cognitivo, afectivo y conductual (Fiske, 1998; Huici, 1999). En el caso de una actitud determinada, el conjunto de creencias sobre las características que se asignan al grupo sería la parte cognitiva o *estereotipo*, el afecto y/o la evaluación sería el *prejuicio*, y el comportamiento sería la

discriminación. Ésta es la concepción que se adopta en este capítulo. En cuanto a la relación empírica entre ellos, el prejuicio es mejor predictor de la discriminación que los estereotipos (Dovidio y cols., 1996, véase la Figura 8.2, ver también Molero en el presente manual).

Figura 8.2: Relación entre estereotipos, prejuicio y discriminación. El número entre paréntesis (n) indica el número de estudios analizados para establecer cada correlación.



Fuente: adaptado de Dovidio y cols. (1996).

8.5 Orientaciones teóricas en el estudio de los estereotipos

El criterio para organizarlas se ha establecido habitualmente en función de que su nivel de análisis sea sociocultural o individual. En el presente capítulo seguiremos a Stroebe e Insko (1989), que distinguen entre *orientación sociocultural*, y dos niveles individuales: las *teorías de la personalidad* y la *orientación cognitiva*.

Orientación sociocultural

Esta perspectiva considera que los estereotipos son compartidos por los miembros de una misma cultura. Es como decir que existen “en la mente de la sociedad” (Stangor y Schaller, 1996, p. 10). Esto implica que hay una serie de variables sociales que influyen en la creación, mantenimiento, utilización, y cambio de los estereotipos, como el lenguaje que utilizamos, los medios de comunicación, o los roles sociales, entre otros. Las teorías que se apoyan en esta orientación son la *Teoría del conflicto realista*, y la *Teoría de la identidad social*. También se ha ofrecido una explicación desde la *perspectiva del aprendizaje social* (Huici, 1999).

La explicación más obvia a por qué se producen los estereotipos es por un conflicto de intereses. La *Teoría del conflicto realista* (Sherif, 1966; Sherif, Harvey, White, Hodd y Sherif, 1961, Sherif y Sherif, 1953) trata de explicar los estereotipos, el prejuicio, el racismo y los conflictos intergrupales. Sherif y sus colaboradores defienden que los conflictos intergrupales se deben a una incompatibilidad de metas y recursos, y esto hace que se deteriore la imagen del grupo con el que se debe competir. Cuando se produce una situación de competición intergrupal, aumenta la cohesión con los miembros del propio grupo, se establecen lazos de atracción interpersonal entre ellos, surge el prejuicio y, como consecuencia, se discrimina al exogrupo. Según esta teoría, las amenazas a cualquiera de las ventajas del endogrupo producen reacciones intergrupales negativas. Sea cual sea el tipo de amenaza (económica, material,

etc.), se refiere a amenazas reales. Esto se ha mostrado con niños, como es el caso del estudio de los Sherif, pero también con adolescentes (Rabbie y Horowitz, 1969) y adultos (Blake y Mouton, 1961, 1962), y en situaciones de laboratorio.

En segundo lugar, desde la *Teoría de la Identidad Social* o TIS, no es necesario que se produzca un conflicto para que se evalúe de manera diferente al grupo al que pertenecemos y a los grupos a los que no. Según Tajfel (1969, 1972), el contenido de los estereotipos sirve para acentuar las diferencias entre los grupos, y para mostrar las similitudes dentro del propio grupo. Esto es fácilmente comprensible desde la TIS, ya que afirma que los miembros de un grupo están motivados para aumentar o mantener una autoestima colectiva, y lo consiguen gracias a un proceso de favoritismo endogrupal (Tajfel y Turner, 1979). De hecho, una de las principales aseveraciones de la TIS es la tendencia a tener una imagen más positiva del endogrupo y a discriminar al exogrupo (véase Brown, 2000, para una revisión).

Además, esta perspectiva explica por qué las personas que pertenecen a un mismo grupo mantienen un estereotipo similar sobre los miembros de otros grupos. Según Haslam, Turner, Oakes, Reynolds y Doosje (2002) las personas desarrollan los estereotipos para estructurar el mundo al que se enfrentan, y para crear o mantener una estructura social que les interese. Haslam y cols. (2002) organizan la aportación de la TIS a la investigación sobre los estereotipos en tres fases. En una *primera fase*, Tajfel (1969, 1981) consideraba que estos servían para tres funciones sociales:

- Para explicar los eventos sociales a gran escala, como la guerra y la paz, las persecuciones o la tolerancia, las desventajas o los privilegios.
- Para justificar las actividades de los grupos que las personas relacionan con dichos eventos (atacar a un enemigo, crear un programa de ayudas, etc.).
- Para contribuir a un proceso de diferenciación intergrupal positiva donde los estereotipos sirven para representarse al endogrupo como diferente y mejor que los exogrupos.

En la *segunda fase*, se preocupó de responder a qué lleva a las personas a verse a sí mismas como un grupo y a adscribir propiedades comunes a su grupo. Son investigaciones que se realizaron entre los años ochenta y noventa del siglo pasado. Esta segunda fase está más cercana a la Teoría de la autocategorización (Oakes, Turner y Haslam, 1991; Turner, Hogg, Oakes, Reicher, y Wetherell, 1987). Según esta teoría, el contenido del estereotipo es sensible al contexto de comparación social, e incrementa las diferencias entre endogrupo y exogrupo. Además, cómo las personas se ven a sí mismas y cómo ven a los demás dependería de las características de cada momento. Por ejemplo, la imagen que los norteamericanos, españoles y británicos teníamos de los musulmanes después de los respectivos atentados cambió totalmente respecto a la imagen anterior a dichos acontecimientos.

En la *tercera fase*, se conectan los análisis de la Cognición social con los de la identidad social, pasando al estudio de la acción colectiva. Uno de los objetivos de esta fase ha sido desarrollar un análisis teórico de los procesos que llevan a los miembros de los grupos a adoptar un consenso en los estereotipos del propio grupo y de otros. Según Turner (1991), cuando los factores contextuales llevan a las personas a definirse a sí mismas en términos de la pertenencia a un grupo en particular, dicha autocategorización no sólo proporciona una perspectiva similar entre los miembros del mismo grupo sobre el mundo, sino que además sirve como base para organizar la información. Las personas esperarían estar de acuerdo con los miembros de su propio grupo sobre diversas cuestiones. De esta manera, los estereotipos tienen un sentido colectivo.

Haslam y cols. (2002) sintetizan la perspectiva de la TIS y de la autocategorización sobre los estereotipos.



Alex Haslam. Universidad de Exeter

Lo hacen a través de lo que denominan *cuatro lecciones*. Las lecciones propuestas por Haslam y cols. se presentan en el Cuadro 8.4.

Cuadro 8.4: *Una concepción de los estereotipos desde la TIS y la Teoría de la autocategorización.*

- Son logros colectivos. Se forman a través de un proceso de negociación. El consenso en la formación de los estereotipos es contingente entre los individuos que comparten una identidad social y que interactúan en función de dicha identidad.
- Son *trabajo en progreso*. Son sensibles al contexto y son flexibles, no son algo totalmente fijo.
- Están incrustados en un sistema de relaciones intergrupales dinámicas. Cambian especialmente como consecuencia de las relaciones intergrupales que se producen a lo largo del tiempo.
- Ayudan a mantener y a luchar por una estructura social de poder. El poder es conseguido habitualmente de manera directa gracias a acciones colectivas directas. Sin embargo, para mantenerlo, puede hacerse de manera directa e indirecta. Los estereotipos servirían para esta segunda forma de mantener el poder. En definitiva, son un sistema de justificación de la realidad.

Fuente: adaptado de Haslam y cols., 2002, pp. 167-183.

Y para finalizar, según la *Teoría del aprendizaje social*, el aprendizaje de las conductas se crea y modifica por la interacción social de las personas con su medio ambiente. Según esta teoría, los estereotipos serían el reflejo de la percepción de diferencias reales y se pueden aprender de los demás. Además, no es necesario que “nos los enseñen”, sino que podemos aprenderlos y/o nos pueden influir de manera implícita. Por eso, los niños tienen normalmente las mismas actitudes raciales que sus padres y amigos (Epstein y Komorita, 1966). Los estereotipos también se pueden aprender por los medios de comunicación, libros, periódicos, televisión, radio, películas, etc. Por ejemplo, en el mes de noviembre de 2006, se llegó a llevar a los tribunales a un grupo musical en España porque sus letras ensalzaban (según los jueces) el terrorismo vasco. Tal es la importancia de esta influencia, que en ocasiones se han llegado a tomar decisiones institucionales importantes, como se muestra en el Cuadro 8.5.

Cuadro 8.5: *La importancia de los estereotipos.*

Según noticia aparecida en diversos diarios de la prensa española el 5 de octubre de 2006, La Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa llamó a los Gobiernos de sus respectivos países a evitar “toda presentación estereotipada de los inmigrantes”. En concreto, hacen hincapié para pedir a los diversos medios de prensa que eviten la utilización de los estereotipos.

Además, solicita que se adopten códigos deontológicos que rechacen el antisemitismo, el anticristianismo, la islamofobia, la fobia contra los gitanos y otras formas de intolerancia. Alguna de las estrategias que se deben adoptar es evitar especificar la nacionalidad de los inmigrantes en las noticias, ya que esto fomentaría la xenofobia. En el propio Parlamento surgió el debate del importante efecto de las caricaturas de Mahoma y las desafortunadas declaraciones del Papa Benedicto XVI sobre el mundo musulmán.

Teorías de la personalidad

Esta orientación teórica se sitúa en el polo individual de las explicaciones de los estereotipos. Según Huici (1999), las teorías más importantes en esta línea son la teoría del chivo expiatorio y la de la personalidad autoritaria.

La *Teoría del chivo expiatorio* (Allport, 1954; Bettelheim y Janowitz, 1950) supone que las personas que pertenecen a otros grupos que son, además, minoritarios, serán objeto de agresión debido a la frustración. Lo que harían las personas sería dirigir su frustración hacia estos miembros de la minoría, en los cuales se depositarían una serie de creencias negativas asociadas a un estereotipo. La frustración por no haber conseguido una meta provocaría un proceso de cólera, que puede producir la agresión directa física o verbal dirigida hacia aquella o aquellas personas fuente de dicha frustración. Si la agresión no se puede realizar directamente sobre esta fuente, se desplazará hacia otra más accesible.

La *Teoría de la personalidad autoritaria* de Adorno y cols. (1950) está más centrada en el prejuicio que en los estereotipos. Según esta teoría, la personalidad autoritaria se crea por padres que utilizan métodos rígidos y severos de disciplina con sus hijos que hacen depender su amor y cariño de la obediencia total. Esta hostilidad hace que los niños se vean incapaces de desafiar a sus padres y desplacen la hostilidad hacia otros que suelen ser inferiores. Esto hace que se forme una personalidad rígida y muy *dependiente de los estereotipos*.

Sin embargo, las explicaciones a nivel individual no pueden esclarecer las diferencias entre culturas, ni siquiera entre diferentes grupos de personas dentro de la misma cultura.

Orientación sociocognitiva

A partir de los años setenta del siglo pasado, la influencia de la Cognición social llevaría a los investigadores a considerar los estereotipos como un proceso automático de categorización. La Cognición social estudia la forma en la que pensamos sobre los demás y sobre nosotros mismos y se interesa por los procesos psicológicos implicados en la utilización, almacenamiento y modificación del conocimiento acerca de las personas (Turner, 1999; véase también Rodríguez-Bailón y Palacios, 2006).

La *orientación cognitiva* es la dominante en la actualidad en lo que al estudio de los estereotipos se refiere. Es una perspectiva principalmente individualista, por lo que no se incluye la idea de que deba existir un consenso entre varias personas. El argumento principal es que las personas desarrollan creencias sobre las características de los grupos que son importantes en sus relaciones y para su comportamiento, y este conocimiento influye en sus respuestas a posteriores encuentros individuales con los miembros de estos grupos. De esta manera, la información percibida sobre los grupos sociales es interpretada, codificada y recordada para utilizarla como guía. Pero además, este proceso está influido por las preconcepciones que ya posee el individuo.

Oakes, Haslam y Turner (1994) manifiestan que, en realidad, la mayoría de los investigadores estudian los estereotipos desde un punto de vista individualista y cognitivo. Sin embargo, Oakes y cols. (1994) argumentan que la perspectiva de la Cognición social no refleja una adecuada visión de cuáles son realmente los procesos de estereotipia. De hecho, defienden que los procesos psicológicos ligados a la estereotipia sólo se producen realmente cuando las personas interactúan entre sí como miembros de grupos sociales.

Las características principales de la orientación cognitiva en el estudio de los estereotipos serían las siguientes (Hamilton y Troiler, 1986; véase también Huici, 1999):

- Parten del supuesto de que la naturaleza y la forma en la que funcionan los estereotipos es siempre la misma. El objetivo es examinar los procesos, pero no el contenido de los estereotipos.

- Prestan especial importancia a los errores en el procesamiento de la información y a cómo estos errores influyen en los estereotipos.
- No pueden explicar los estereotipos sin tener en cuenta otros factores, como los motivacionales y los del aprendizaje social.
- Se presta interés a conocer cómo los factores motivacionales y de aprendizaje social pueden influir en los cognitivos.

Desde la orientación cognitiva, una de las líneas de investigación que más desarrollo ha producido es la de las *correlaciones ilusorias* (Hamilton y Gifford, 1976). Sin embargo, nos centraremos en ella posteriormente, cuando nos refiramos a la explicación de cómo se forman los estereotipos.

8.6 La naturaleza de los estereotipos

¿Cómo y por qué se forman?

Una de las principales bases de los estereotipos es la apariencia física (Zebrowitz, 1996). En el área de los estereotipos, podríamos pensar en aquellos rasgos que claramente distinguen unas etnias de otras, pero también entre hombres y mujeres, en personas atractivas, obesas, con discapacidad, etc. De hecho, es lo primero que describimos para ayudar a otros a saber si alguien le gustará o no (Fiske y Cox, 1979). Para llegar todavía más lejos, habitualmente juzgamos el carácter de los demás por su apariencia. Por ejemplo, las personas más bajas se consideran menos aptas para tener posiciones de liderazgo y tienen menos ingresos (aunque tengan igual edad, educación, personalidad, y pertenezcan a la misma etnia que las personas altas). Zebrowitz y Montepare (2005) muestran cómo las personas adultas que consideramos tienen “cara de niño” son percibidas como menos competentes. Zebrowitz analiza el efecto que esto tiene en las decisiones que toman los ciudadanos al elegir a sus representantes políticos. ¿No decía ya Lombroso (Lombroso y Ferrero, 1895) que los criminales podían ser reconocidos por su morfología, similar a la de los monos?



Sin embargo, la mayoría de las explicaciones a la formación de los estereotipos coinciden en que están basados en la percepción de las diferencias entre grupos, aunque esto no refleje diferencias reales. Por este motivo, la categorización juega un papel esencial, ya que hace que se tengan en cuenta las diferencias intergrupales, reales o simplemente percibidas.

Según Mackie y cols. (1996), hay cuatro procesos desde los que se puede explicar la formación de los estereotipos: los *cognitivos*, los *afectivos*, los *socioemocionales* y los *culturales* (véase el Cuadro 8.6).

Cuadro 8.6: *Procesos implicados en la formación de estereotipos.*

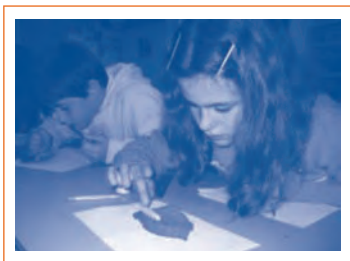
- Entre los *procesos cognitivos*, Mackie y cols. (1996) incluyen la categorización, el prejuicio correspondiente a la formación de las representaciones grupales y las correlaciones ilusorias. Los efectos generados por los mecanismos cognitivos son además el favoritismo endogrupal, la diferenciación intergrupal (impulsada por el deseo de obtener una autoevaluación positiva), el efecto de homogeneidad exogrupal y la categorización cruzada.
- Entre los *procesos afectivos* señalan el *condicionamiento clásico* que viene dado por asociar a una persona o un grupo con una emoción o un grupo de emociones determinadas, y el *efecto de mera exposición*. El condicionamiento clásico en este caso se produce cuando una persona u objeto es repetidamente asociado con una o varias emociones en particular y llega a evocar dicha emoción. Por ejemplo, cuando interactuamos con grupos que no nos gustan, nos provocan emociones negativas, e incluso es posible que nos surjan emociones antes de la interacción, simplemente porque sabemos que se pueden producir, como es el caso de la ansiedad. El *efecto de mera exposición* predice que la exposición repetida a un estímulo mejora las actitudes hacia dicho estímulo, es decir, las hace más positivas (Zajonc, 1968). Sin embargo, parece que esto ocurre para el estereotipo que mantenemos de nuestros propios grupos, pero no para los de los exogrupos (Gaertner y Dovidio, 1986). Esto se debe a que este efecto se produce en mayor medida para las características positivas que para las negativas, y cuando el sujeto no es consciente de que está siendo sometido a dicha sobre-exposición.
- Como *procesos socioemocionales* describen los procesos de identidad social y del contenido del estereotipo y los estereotipos como un sistema de justificación del estatus.
- Finalmente, los *procesos culturales* son el aprendizaje social del contenido del estereotipo, los procesos de conformidad y de adquisición del estereotipo, y la influencia de los roles sociales.

Fuente: Mackie y cols. (1996).

Ahora queremos detenernos más específicamente en los modelos teóricos que han tratado de explicar cómo y por qué se forman los estereotipos. Describiremos cinco: la *profecía autocumplida o efecto Pygmalión*, la *detección no consciente de la covariación*, las *correlaciones ilusorias*, el *efecto de homogeneidad exogrupal*, y la *formación de categorías*.

La profecía autocumplida o efecto Pygmalión

La *profecía autocumplida o efecto Pygmalión* se produce cuando las personas mantienen expectativas (sobre una persona o grupo) que les llevan a alterar su conducta y comportarse de acuerdo a dichas creencias. Por ejemplo, las expectativas que los profesores tienen sobre el rendimiento de sus alumnos, afecta al comportamiento que tienen con ellos. De esta manera, debido a la conducta de los profesores, aquellos alumnos de los que se espera un menor rendimiento, acabarán rindiendo menos. Lo que hace la investigación sobre estereotipos es examinar las condiciones que hacen que se produzca la profecía autocumplida. Este efecto es especialmente peligroso para el mantenimiento de los estereotipos, porque los miembros de los grupos dominantes lo pueden ver como la evidencia o validez de sus estereotipos (Jussim y Fleming, 1996).



La detección no consciente de la covariación

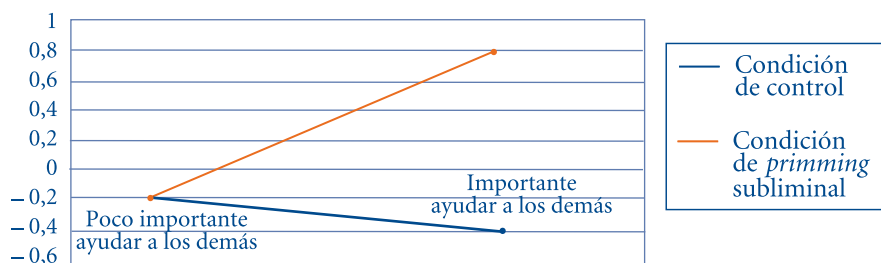
Otra explicación de cómo y por qué se forman los estereotipos es a través de la generalización de las conductas del miembro de un grupo al resto de las personas del mismo grupo. Consistiría en la percepción inconsciente de que existe una covariación en las características estereotípicas en las personas que forman parte de un mismo grupo. De hecho, las personas no necesitan ser conscientes de por qué este proceso está sucediendo (Aarts y cols., 2005).

Cuadro 8.7: Un ejemplo de detección no consciente de la covariación.

Aarts y cols. (2005, estudio 1) hicieron a sus participantes que pasaran por una tarea en la que se les primaba subliminalmente un grupo determinado. (Una *información subliminal* es una señal o mensaje diseñado para que esté por debajo de los límites de la percepción. Consiste en ser expuesto a un estímulo —sonido, imagen, palabra, etc.— por un espacio de tiempo tan breve, que la persona no es consciente. El *priming* subliminal consistiría en presentar una información subliminal previa a una tarea. La Cognición social asume que los efectos del *priming* subliminal sobre las tareas posteriores se producen a pesar de que la persona no sea consciente de que ha sido primada. Para una descripción detallada del procedimiento básico del *priming* con estímulos subliminales, véase Rodríguez-Bailón y Palacios, 2006, p. 108).

En el experimento de Aarts y cols. (2005, Estudio 1), a los participantes les presentaban en la pantalla del ordenador durante unos pocos milisegundos palabras fuertemente asociadas con la tarea de ayudar a los demás, como por ejemplo enfermero/a. Cuando terminaron la sesión experimental, se les preguntaba si podrían ayudar a un estudiante y darle *feedback* sobre una tarea que había estado preparando en el ordenador para sus investigaciones. Los participantes podían elegir entre marcharse, o quedarse y pasar otro largo rato para ayudar a este estudiante ¿Ayudarían al estudiante o no? Es decir, haberles presentado, de manera inconsciente, una serie de palabras asociadas con una categoría determinada (la de ayudar a los demás), ¿haría que su comportamiento se viera influido por el estereotipo asociado a dicha categoría?

Los autores predijeron que ofrecerían su ayuda en mayor medida los participantes que hubieran sido *primados*, que otros en una condición de control a los que no se les *primó*. El resultado fue que, efectivamente, ayudaron más que los de la condición de control. Pero todavía más importante, los autores midieron la importancia que para cada participante tenía ayudar a los demás, encontrando que, para aquellos participantes cuya meta (ayudar a los demás) era más importante, su comportamiento de ayuda fue mucho mayor, como se ve en la siguiente figura:



Los mismos autores realizaron un segundo estudio para generalizar sus resultados y encontraron que, cuando las palabras que primaban estaban asociadas con la categoría corredor de bolsa, aumentaba la motivación por ganar dinero en comparación con una condición de control.

Cuando extrapolamos esta situación a los estereotipos sociales, bastaría encontrarse con unos pocos individuos que cumplieran el estereotipo del grupo, para que éste se generalizase y volviera más estable. El gran problema de que este proceso se produzca de manera inconsciente es que podría influir incluso en las personas que tratasen de no guiarse por los estereotipos y quisieran comportarse de manera igualitaria (Devine y Monteith, 1999; Monteith, 1993). El inconveniente es que, cuando los estereotipos se han formado, se representan en nuestra memoria en forma de categorías y son muy difíciles de modificar.

Las correlaciones ilusorias

Probablemente la principal teoría que ha tratado la formación de los estereotipos ha sido la de las *correlaciones ilusorias* (Brown y Turner, 2002), según la cual los estereotipos se pueden formar incluso aunque no existan diferencias entre los grupos. Una vez que un grupo se asocia con determinado comportamiento, esta asociación pasará a formar parte de la representación que las personas tienen de ese grupo. Las correlaciones ilusorias describen el hecho de que, algunas veces, las personas consideran que dos hechos están relacionados cuando en realidad no hay ninguna relación entre ellos. Normalmente, lo que se produce es una asociación entre los miembros de grupos minoritarios y conductas poco frecuentes (habitualmente indeseables). Chapman (1967) introdujo el término para referirse a parejas de palabras que se relacionaban porque eran semánticamente similares, o bien porque tenían una longitud inusual. Quienes aplicaron el concepto a la percepción de los grupos sociales fueron Hamilton y Gifford en 1976 (véase el Cuadro 8.8).

Cuadro 8.8: El paradigma de las correlaciones ilusorias.

En el *Paradigma de las correlaciones ilusorias*, Hamilton y Gifford mostraban a los participantes una información sobre dos grupos. El grupo denominado como grupo A era más numeroso, mientras que el grupo B era menos numeroso. La información que se presentaba se refería a un tipo de conducta (positiva o negativa) y a su grado de frecuencia (frecuente *versus* infrecuente). No había una relación entre el tipo de conducta y cada uno de los grupos en cuestión.

En el estudio se presentaban 26 conductas del grupo A. De estas, 18 eran positivas y 8 negativas. Para el grupo B se presentaban 13 conductas, 9 positivas y 4 negativas (la mitad proporcional de las anteriores). Después de presentar esta información, los participantes debían hacer una estimación sobre las conductas positivas y negativas que habían hecho los dos grupos, y realizar una evaluación general de cada grupo. Se encontró que los participantes asignaban al grupo infrecuente (el B, porque era menos numeroso), la conducta infrecuente (la negativa), a pesar de que la proporción era exactamente la misma para los dos grupos. En definitiva, se acabaría formando un estereotipo negativo del grupo por asociarle con comportamientos infrecuentes (negativos).

Distintos modelos han tratado de explicar por qué se producen las correlaciones ilusorias (véanse, Berndsen, Spears, van der Pligt y McGarty, 2002; Fiedler 1991; Fiedler y Armbruster, 1994; McConnell, Sherman y Hamilton, 1994), aspecto que no abordaremos porque excede el tratamiento de este capítulo.

Homogeneidad exogrupal

Consiste en la creencia de que las personas que pertenecen a otros grupos distintos al nuestro comparten en mayor medida las características que les asignamos y que, por tanto, el estereotipo describe con bastante precisión a cada uno de sus miembros. Se han ofrecido varias explicaciones a por qué puede suceder esto. Por ejemplo, Linville (Linville y Fisher, 1993; Linville,

Fisher y Salovey 1989) argumentaba que este fenómeno se debe a que las personas conocen a más miembros de su grupo que de los grupos a los cuales no pertenecen y por eso creen que existe más heterogeneidad dentro de su grupo. Otra explicación justifica que esto se produce porque al conocer más personas en el propio grupo, se perciben más diferencias entre ellos que justifican la heterogeneidad. El grado de homogeneidad depende de la percepción de variabilidad (el Cuadro 8.9 muestra las tres formas en las que se puede producir esta percepción según autores como Ostrom y Sedikides (1992), o Park y Judd (1990)).

Cuadro 8.9: *Formas en las que puede aparecer la percepción de variabilidad.*

- Por el grado en el cual los miembros del grupo muestran un alto grado de atributos estereotípicos y un grado bajo de atributos contraestereotípicos.
- Por el grado de dispersión percibido. Sería la estimación de a cuántos miembros de un grupo se les puede aplicar el estereotipo del grupo.
- Por la percepción de similaridad dentro de cada grupo. Es el grado en el que los miembros de un grupo se parecen los unos a los otros.

Sin embargo, el efecto de homogeneidad exogrupal no es tan universal como se creía hasta hace pocos años (Brown, 2000). El Cuadro 8.10 muestra los casos en los que es más saliente y otros en los que se llega incluso a producir homogeneidad endogrupal.

Cuadro 8.10: *Homogeneidad exogrupal versus homogeneidad endogrupal.**

Casos en los que es más saliente la homogeneidad exogrupal:

- Cuando los grupos son poco familiares.
- Los miembros de minorías se perciben como más homogéneos que los de las mayorías.
- En los grupos reales que en los grupos de laboratorio.
- Cuando la categoría se organiza en la mente de las personas en niveles más abstractos y supeordenados.
- Cuando existe algún tipo de competición intergrupar.

Casos en los que el efecto es menor e incluso se llega a producir homogeneidad endogrupal:

- Para las minorías numéricas. Los sujetos que pertenecen a estos grupos se perciben como más homogéneos entre ellos de lo que perciben a los miembros del exogrupo.
- En dimensiones importantes para la identidad del endogrupo.

Fuente: adaptado de Fiske (2004).

No obstante, cuando el contexto intergrupar es saliente, por ejemplo, porque se ha producido una situación de amenaza o de competición, las personas que están muy identificadas con su grupo tienden a ver, tanto al endogrupo como al exogrupo, de forma homogénea (Ellemers, Spears y Doosje, 1997).

La formación de los estereotipos como formación de categorías

Tajfel y Wilkes (1963) propusieron que la simple asignación de categorías a un grupo por tener asociadas una serie de características sería capaz de conseguir que se prejuzgase cómo serían evaluados los miembros pertenecientes a cada categoría. Para probar esto, realizaron un experimento que en principio nada tenía que ver con los estereotipos (véase el Cuadro 8.11). A partir de aquí, Tajfel y sus colaboradores desarrollaron los experimentos que llevaron a lo que se conoce como el *Paradigma del grupo mínimo* (PGM, véase el Capítulo 6 sobre categorización).

Cuadro 8.11: *La investigación de Tajfel y Wilkes (1963).*

En su experimento presentaban una serie de 8 líneas. Lo que tenían que hacer los participantes era evaluar la diferencia de longitud entre dos líneas consecutivas. A la mitad se les presentaban las 8 líneas de la izquierda de la figura, con una agrupación que tiene sentido, ya que las que estaban en el grupo A eran más cortas que las que estaban en el grupo B. De esta manera, los participantes se formaban el estereotipo de que las del grupo A eran más cortas y las del grupo B más largas. A la otra mitad de participantes se le mostraron las mismas líneas, pero tal como aparece en la parte derecha de la figura. En este caso, tanto el grupo A como el B tenían líneas cortas y largas y no se podían formar un estereotipo a ese respecto.

Cuando se les pedía que comparasen las líneas 4 y 5 de acuerdo con su longitud, los participantes del primer grupo (que las habían agrupado en una categoría con cierto sentido) consideraban que la diferencia de longitud era mayor que los participantes del segundo grupo (que no pudieron agruparlas). Los autores afirman que, cuando se tiene un estereotipo sobre algo, se exageran las diferencias creyendo que los grupos son más distintos de lo que realmente son. Simplemente pertenecer a dos grupos diferentes exagera las diferencias percibidas entre los grupos.



McGarty (2002) analizó la formación de los estereotipos a partir de la investigación sobre la formación de categorías. El término *categoría* describe la percepción y el reconocimiento de que dos o más cosas son lo mismo o equivalentes y que son diferentes de otras cosas. No significa estrictamente que sean similares. Desde esta perspectiva, la asignación de un estereotipo no es simplemente su aplicación a nivel grupal, o la percepción de que los miembros de un grupo son similares entre ellos y diferentes a los de otros grupos, o la acumulación de conocimientos sobre los miembros de un grupo. En realidad, es la combinación de todos estos factores la que sirve para dos cuestiones clave. La primera es que los estereotipos sirven como explicación y justificación. La segunda es que combinan la información que se obtiene sobre los miembros de un grupo, la información sobre el conocimiento y los antecedentes de dicho grupo, y la forma de transmitir esa información al resto de los miembros de la sociedad.

Tanto la impresión que se tiene de un grupo en un momento determinado como el conocimiento que se va formando a largo plazo se denominan *estereotipo*. Sin embargo, es necesario saber cómo influye el conocimiento a largo plazo sobre los grupos en el estereotipo que se haya formado en un momento dado.



Craig McGarty. Universidad Nacional Australiana, en Canberra

Al estereotipo que nos representamos en una situación específica, McGarty (2002) lo denomina *representación estereotípica*. Al conocimiento a largo plazo lo llama *conocimiento estereotípico*.

El Cuadro 8.12 presenta las características del conocimiento estereotípico.

Cuadro 8.12: *Características del conocimiento estereotípico.*

- Es útil para que las personas conozcan aspectos de los grupos y de los miembros que forman parte de dichos grupos, y son útiles para explicar las relaciones intergrupales.
- Debería servir para hacerse una representación estereotípica del grupo y de sus miembros en diversos contextos.
- Debería ser útil para conocer cuáles son las similitudes y las diferencias entre los grupos, gracias al contenido de dicho estereotipo.
- Tendría que contener aspectos explícitos e implícitos. Es decir, operarán de manera consciente, pero también de forma inconsciente (o puede que sólo de esta última).
- Debería incorporar el conocimiento de las distintas categorías. Esto hará que con el paso del tiempo los estereotipos se vayan fortaleciendo, porque se van distinguiendo de las categorías nuevas a las que se va teniendo acceso.
- Necesita enfrentarse en ocasiones a situaciones donde hay categorías que se solapan, o donde una categoría está incluida en otra.

Fuente: según McGarty, (2002, pp. 23-25).



Russell Spears
Universidad de Cardiff

Spears (2002), acepta el presupuesto de que, a veces, representan estructuras de conocimiento aprendido sobre determinados grupos sociales y que este conocimiento simplemente es activado. Sin embargo, en otras ocasiones, las personas han de construir los estereotipos teniendo como herramientas la información de la que disponen en un momento y contexto determinados.

El autor propone dos posibles acercamientos a los *estereotipos sociales*. El primero está asociado a la investigación sobre Cognición social, y sus objetivos principales son saber cuándo se activan los estereotipos y cuándo se aplican, pero no se han centrado en estudiar cómo y/o por qué se forman. El segundo concibe los estereotipos desde una perspectiva relacional e implica los procesos de comparación social entre grupos. Este segundo acercamiento es el que se plantea desde la *Teoría de la identidad social y la autocategorización*. Esta segunda perspectiva sí le ha dedicado atención a la formación de los estereotipos, teniendo en cuenta la información previa que las personas tienen sobre los distintos grupos. Desde esta segunda perspectiva, Spears (2002) distingue cuatro grados (véase el Cuadro 8.13). Para esta diferenciación, sólo consideraremos aquellos estudios que se han realizado teniendo en cuenta a un participante que observa una situación o a quien se le da información sobre dos grupos, pero donde no está implicado (es decir, no pertenece al endogrupo o al exogrupo). En dichos casos, entran en juego los procesos de favoritismo endogrupal, homogeneidad, etc. (el lector interesado en ampliar información sobre estos casos puede acudir a Spears, 2002).

Cuadro 8.13: *Cuatro niveles en la formación de estereotipos.*

Grado 1, o rico en información. Las diferencias entre los grupos son claras. Son las ocasiones en que las personas se forman los estereotipos con la información que tienen, es decir, con datos. Por ejemplo, Ford y Stangor (1992) realizaron un estudio en el que a los participantes se les presentaba información sobre dos grupos que variaban en el grado en el que se consideraban amistosos o inteligentes. Cuando los grupos variaban en el grado en el que eran amistosos, pero no inteligentes, los estereotipos se formaban en función de la dimensión en la cual los grupos se diferenciaban. Cuando se varió en la dimensión de inteligencia, los estereotipos se formaron sobre dicho contenido. Esto demuestra que los estereotipos se forman sobre la información que muestra más claramente la diferencia entre los grupos (Turner, 1985).

Grado 2. Los estereotipos se forman con datos muy limitados sobre uno de los grupos, haciendo que se infieran ciertas diferencias entre ellos. A este nivel sería en donde operan las explicaciones basadas en las correlaciones ilusorias.

Grado 3. También se pueden crear por cierto grado de expectativas generadas por la información limitada de la que se dispone. Aunque la información que se tenga de los grupos sea mínima, ésta siempre será útil.

Grado 4. Sería el caso en el que se dispone de menos información. No existen diferencias claras entre los grupos que sirvan de fuente de diferenciación. Sin embargo, según la Teoría de la identidad social, la similitud intergrupala puede estimular la necesidad de diferenciación. No obstante, si no existen diferencias entre los grupos, no parece que los estereotipos tuvieran mucho sentido. Entonces es cuando se pasa a la diferenciación evaluativa. En este caso, las diferencias entre los grupos se establecen en el reparto de recursos, pasando a repartir más recursos para el endogrupo que para el exogrupo.

Fuente: Spears (2002).

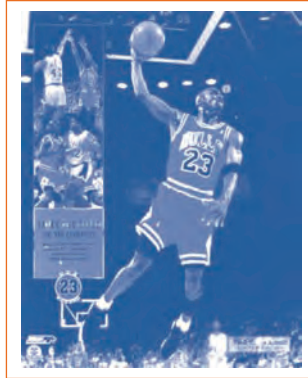
¿Cómo se representan?

Dependiendo del modelo teórico en el que nos basemos, la concepción de cómo se representan los estereotipos es diferente. A continuación, resumimos los puntos más importantes de los cuatro modelos más relevantes: el modelo de los prototipos, el de los ejemplares, el de las redes asociativas, y el de los esquemas.

Según el *Modelo de los prototipos*, las personas almacenan representaciones abstractas de las características típicas de los miembros de un grupo y juzgan a las personas de dicho grupo comparándolas con el prototipo (Cantor y Mischel, 1979). El prototipo sería el promedio de la falta o posesión de una serie de atributos. El modelo permite la organización de subtipos con las personas no prototípicas. Si se adopta este modelo, el cambio de estereotipos debería hacerse tratando de crear subtipos (véase Gómez, 2004; Molero, en este manual). Según este modelo, será bastante común que las personas cometan errores al extender el estereotipo del grupo a los individuos que lo forman, porque pocos cumplen totalmente con la percepción que se tiene del prototipo.

Una alternativa al modelo del prototipo es el basado en los *ejemplares* (Smith y Zarate, 1992). No obstante, este modelo y el anterior son tan similares que, de hecho, algunos autores han propuesto un modelo mixto de los dos. El modelo de los ejemplares considera que las personas no almacenamos representaciones abstractas sobre la imagen que tenemos de los miembros de un grupo, sino que nos representamos a los miembros de los grupos a través de ejemplares concretos. Por ejemplo, pensar en Michael Jordan o Carl Lewis nos confirma la creencia de que las personas de raza negra son atléticas. Pero el ejemplo que nos viene a

la mente en cada momento depende de cada situación. Por tal motivo, para el Modelo de los ejemplares el contexto es una variable crucial. El mismo estereotipo no se activa siempre cuando se piensa en un grupo, ni siquiera se aplica siempre el mismo estereotipo a una misma persona, sino que depende de la situación.



Según el *Modelo de las redes asociativas*, las personas nos representamos los estereotipos como redes que conectan entre sí distintos atributos (Stephan y Stephan, 1993), ya sean características, creencias o comportamientos. Las conexiones entre los atributos asociados con un grupo se activarían automáticamente y estarían fuera de nuestro control.

Según el cuarto modelo, las personas nos representamos los estereotipos como si fueran *esquemas*, definidos estos como una representación del conocimiento a nivel abstracto. El Modelo de esquemas considera que los estereotipos son generalizaciones, creencias abstractas sobre los grupos y las personas que forman parte de dichos grupos (Fiske y Taylor, 1991). Según este modelo, la representación mental de los estereotipos es más abstracta que en los modelos anteriores. Los estereotipos serían más difíciles de cambiar, porque los miembros no prototípicos, o no comparables a los ejemplares, o no conectados con las creencias generales sobre el grupo, aquí estarían incluidos dentro del estereotipo. Es decir, es bastante elevada la posibilidad de asimilar al grupo, y al estereotipo en cuestión, sujetos que pueden incluso ser hasta inconsistentes con el estereotipo.

Los investigadores no han tratado de comparar qué modelo es mejor para explicar cómo las personas se representan los estereotipos. Simplemente, se basan en uno de ellos y realizan su investigación en base a dicho modelo. Esto hace que hayan servido como herramientas heurísticas para examinar los procesos de estereotipia más que como objetos de investigación en sí.

¿Cómo se mantienen?

Los estereotipos parecen mantenerse a lo largo del tiempo, pero, ¿por qué sucede esto? Puede ser porque nos afectan de manera inconsciente, por un efecto de asimilación, o porque actúan a través de procesos de memoria.

En el primero de los casos las investigaciones se han centrado en la influencia que los estereotipos que mantenemos de manera inconsciente tienen en nuestros prejuicios y en la discriminación. El objetivo principal es ver si este efecto realmente se produce, y se ha investigado mediante técnicas de *priming* (véase el Cuadro 8.14).

Cuadro 8.14: *¿Qué es el priming?*

El *priming* se refiere al hecho de activar unas representaciones en particular justo antes de realizar una tarea. También se ha denominado como *memoria implícita* o *accesibilidad a las categorías*. La justificación es debida a que la forma en la que procesamos cualquier tipo de información (inclusive la que podría resultarnos ambigua), está influida por otra a la que hayamos accedido previamente. El efecto del *priming* ha sido apoyado por cientos de experimentos realizados principalmente en el campo de la Cognición social y la conclusión general es que nuestras experiencias pasadas determinan lo que vemos y oímos en el presente, cómo interpretamos la información que recibimos y cómo la almacenamos para volver a utilizarla en el futuro (Sedikides y Skowronski, 1991).

Para evaluar la automaticidad, los psicólogos utilizan frecuentemente métodos de *priming* (Fazio y Olson, 2003). Los primeros estudios realizados con esta técnica (por ejemplo Dovidio, Evans y Tyler, 1986) mostraban cómo las personas blancas leían e identificaban los atributos positivos (por ejemplo “elegante”) más rápidamente cuando antes se les presentaba la palabra “blanco” que cuando se les mostraba la palabra “negro”. Además, este efecto de asociación se mantiene a lo largo del tiempo (Kawakami y Dovidio, 2001).

El *priming* también influye a nivel de las categorías sociales. Activar una categoría social determinada (de manera consciente o inconsciente) hace que juzguemos el comportamiento de otras personas en función de las características asociadas a dicha categoría. Y no sólo eso, al activar mediante el *priming* una categoría se reduce la posibilidad de utilizar otras categorías.

Lo que también se ha demostrado es que primar determinada información puede afectar a unos contextos o categorías, pero no a otros. En concreto, hasta las situaciones más cotidianas de nuestra vida diaria facilitan el mantenimiento de los estereotipos. Por ejemplo, Devine (1989) mostró que mantener el estereotipo cultural de que los negros son hostiles y poco inteligentes hacía que, si una persona negra realizaba un comportamiento amistoso pero estúpido, se considerase simplemente como estúpido. Sin embargo, si su conducta era poco amistosa pero inteligente, había más propensión en centrarse en lo poco amistoso de su comportamiento (véase el Cuadro 8.15 para un ejemplo de *priming*).

Cuadro 8.15: *Un ejemplo de investigación mediante priming.*

Los participantes veían imágenes de sujetos blancos y negros en la pantalla de un ordenador seguidos de una palabra positiva o negativa (*sol* o *enfermedad*). La tarea era tan simple como apretar una tecla del ordenador lo más rápidamente posible para indicar si la palabra que se mostraba era positiva o negativa. Para la mayoría de los participantes, las respuestas afirmando que las palabras positivas eran tales eran más rápidas cuando seguían al rostro de una persona de raza blanca que cuando la persona era de raza negra. Por el contrario, las respuestas afirmando que las palabras negativas eran tales eran más rápidas cuando seguían al rostro de una persona de raza negra que cuando la persona era de raza blanca. La diferencia del tiempo de reacción entre ambas tareas sirve como medida de la diferencia de la evaluación que las personas hacen de los sujetos de raza blanca y de raza negra.

Fuente: Fazio, Jackson, Dunton y Williams (1986).

Una técnica todavía más sofisticada es la *Test de Asociación Implícita* (IAT, véase el apartado sobre cómo se miden los estereotipos, y el Capítulo 7 sobre actitudes) de Greenwald, McGhee y Schwartz (1998). Sin embargo, este tipo de medidas, que al fin y al cabo lo que muestran es prejuicio, no siempre están relacionadas con las medidas directas de lápiz y papel. Esto no indica que quienes afirman no ser prejuiciosos, pero sí demuestran que lo son, estén mintiendo. Es

posible que sí que lo sean sin saberlo y su comportamiento se esté viendo afectado por creencias que ellos ni siquiera piensan que tienen de manera consciente.

Decíamos en segundo lugar que los estereotipos se pueden mantener por un proceso de *asimilación*. Consiste en el hecho de que se suele percibir a las personas como más similares al estereotipo que tenemos de su grupo de lo que realmente son. Por ejemplo, una mujer que ha cometido un robo con violencia es evaluada como menos agresiva que si la misma acción la hubiera realizado un hombre, porque el estereotipo sobre los hombres incluye la creencia de que son agresivos. Este efecto está moderado tanto por la necesidad que tienen algunas personas de percibir consistencia en su propio comportamiento como por las expectativas del perceptor sobre la consistencia en los miembros del exogrupo.

Y en tercer y último lugar, también se pueden mantener por procesos relacionados con la memoria. Las personas recuerdan mejor la información incongruente con sus estereotipos que aquella que es congruente (Rojahn y Pettigrew, 1992). Esto se debe a que estaría aumentando el tiempo y el esfuerzo empleado en trabajar con la información incongruente con sus estereotipos. Las personas acaban por cambiar el significado de dicha información, o rebajar el grado de incongruencia. Con el tiempo, esta información incongruente deja de serlo y como lo que se hace es comparar dicha información con el estereotipo, éste no desaparece. Por otro lado, Stangor y McMillan (1992) realizaron un meta-análisis en el que encontraron que la información incongruente se recuerda mejor que la congruente sólo cuando el perceptor cree que la persona o grupo al que se refiere esa información es homogéneo. Pero cuando se mantiene un fuerte estereotipo o expectativa, la información congruente se recuerda mejor que la incongruente. Como consecuencia, las personas que sean muy prejuiciosas (y que mantengan estereotipos fuertemente prefijados), tendrán mejor acceso a aquellos datos de su memoria que apoyen el estereotipo negativo que mantienen sobre el grupo objeto de prejuicio.

¿Cómo se aplican?

Hilton y von Hippel (1996) hicieron un repaso de cuándo y cómo es más probable que se apliquen los estereotipos. Aquí nos detendremos en dos aspectos: la *automaticidad* y los *procesos atribucionales*.

La literatura apoya la afirmación de que los estereotipos se activan de manera *automática*. Devine (1989) propuso que esta automaticidad ayuda a que se compartan. Por ejemplo, cada vez se adquieren a una edad más temprana los estereotipos de los inmigrantes. Afortunadamente, las personas para las cuales es importante el igualitarismo intentan reemplazar los estereotipos aprendidos por otros congruentes con los valores que profesan. Dicho cambio requiere de un esfuerzo consciente. Según Devine, si la información estereotípica está asociada a la pertenencia grupal, será codificada, almacenada y recuperada automáticamente. Sin embargo, parece ser que se activan automáticamente sólo si el perceptor está motivado para ello.

En segundo lugar, los *procesos atribucionales* contribuyen a que los estereotipos se mantengan y juegan un papel importante en su aplicación. La persona que mantiene los estereotipos no suele comportarse de manera prejuiciosa, si hay condiciones a su alrededor que atribuyan su comportamiento a ese hecho. Por ejemplo, si en una situación determinada su comportamiento puede teñirse de racista, se comportarán de la forma contraria para evitar ser juzgados de ese modo. Desde el punto de vista de la persona o personas afectadas por el prejuicio, estas se encuentran con información sobre ellas mismas que puede ser contradictoria y llevarles a ambigüedad. Un *feedback* negativo sobre el desempeño de una tarea se puede atribuir a que

el desempeño ha sido pobre, o a los prejuicios del evaluador (algo parecido a la diferencia que suelen establecer los alumnos entre “he suspendido” y “me han suspendido”). Pero el *feedback* positivo también puede ser atribuido a un buen desempeño o a un deseo del evaluador de evitar parecer prejuicioso. A esto es a lo que se refiere el proceso de la ambigüedad atribucional.

No obstante, sentir que los demás “nos aplican” un estereotipo, también tiene un efecto que se denomina *amenaza del estereotipo*, relacionado con la anticipación que hacemos sobre cómo nos ven los demás (Gómez, 2002; véase también Molero, en el presente manual). Una de las características de los estereotipos es que atribuyen diferencias en la habilidad para hacer algo a los grupos a los que se les asignan. Las personas que pertenecen a algún grupo sobre el que pesa algún tipo de estigma (personas con discapacidad, “sin techo”, homosexuales, drogodependientes, etc.) suelen ser conscientes de lo que los demás piensan de ellos por su pertenencia a dicho grupo. Estas personas experimentan lo que Steele y Aronson (1995) denominaron *amenaza del estereotipo* (véase también Steele, 1997). Los individuos que pertenecen a grupos estigmatizados suelen sentirse preocupados por si su comportamiento confirma el estereotipo negativo que pesa sobre ellos. Esta amenaza produce un incremento de la ansiedad, y una reducción del rendimiento. Las personas pertenecientes a cualquier grupo pueden sufrir los efectos de la amenaza del estereotipo. Por ejemplo, mientras que los hombres blancos rinden mejor en comparación a las mujeres blancas cuando se hace saliente la amenaza del estereotipo en tareas matemáticas, rinden peor cuando se les dice que se les va a comparar con hombres asiáticos, por el estereotipo asociado a este último grupo sobre que son buenos en dicho campo (Aronson, Lustina, Good, Keough, Steele y Brown, 1999). Igualmente, las mujeres asiáticas rinden menos cuando se hace saliente que son mujeres, pero mejoran cuando lo saliente es que son asiáticas (Shih, Pittinsky y Ambady, 1999).

Pero ¿por qué se produce este efecto en el rendimiento? No hay una única respuesta. Hay diversas variables que se han propuesto como explicativas: ansiedad, activación del estereotipo, menores expectativas de rendimiento, los esfuerzos por suprimir el estereotipo pueden tener el efecto rebote de mantenerlo activado e interferir en el rendimiento, etc.

¿Cómo se miden?

Existen básicamente dos formas generales de medir los estereotipos: directas e indirectas (aunque hay muchas variedades, véase Schneider, 2005, pp. 34-63). Una medida directa es la clásica, consistente por ejemplo en asignar un porcentaje de características a los miembros de un grupo. Es decir, hasta qué punto consideramos, por ejemplo, que los franceses son “abiertos”, “se sienten superiores”, etc. El contenido de dicho estereotipo puede incluir características positivas y negativas.

A las medidas indirectas ya hemos hecho referencia en apartados anteriores. Una forma de resolver el problema de medir los estereotipos es hacerlo de manera que la persona no sea consciente de qué es lo que se le está evaluando. Esto se puede hacer a través de las medidas implícitas.

¿Siempre decimos lo que pensamos?, es más ¿somos siempre conscientes de lo que pensamos? Los estereotipos pueden mantenerse de manera implícita. Un *estereotipo implícito* es aquel que influye sobre nosotros sin que seamos conscientes. El *Test de asociación implícita* (IAT) es una medida de la asociación automática entre los estereotipos y el prejuicio (en los capítulos de actitudes del presente manual se describe en qué consiste el IAT y cómo mide las actitudes implícitas). Por poner aunque sólo sea un ejemplo, Puertas, Rodríguez-Bailón y Moya (2002) utilizaron el IAT para mostrar que los grupos poderosos son percibidos como competentes, pero

no como sociables. Por el contrario, los grupos no poderosos se perciben como incompetentes pero sociables. Esto ya se había demostrado con otro tipo de medidas, pero los autores exponen que también sucede sin que las personas sean conscientes de esa asociación.

Fiske (1998, 2004) describe cuatro tipos de patrones de posibles asociaciones automáticas:

- Al endogrupo se le asocia más rápidamente con características y sentimientos positivos. Además, el endogrupo es reconocido y categorizado más rápidamente que el exogrupo.
- A los exogrupos se les asocia más rápidamente con atributos estereotípicos, y dichos estereotipos hacen saliente rápidamente otros atributos también estereotípicos del exogrupo.
- A las personas se les categoriza más rápidamente en la categoría que les puede producir una mayor desventaja. Por ejemplo, a los hombres negros se les categoriza más rápido como negros que como hombres, y a las mujeres blancas como mujeres que como blancas.
- Se responde más rápido a otras personas cuando se las puede categorizar de acuerdo a la raza, el género y la edad, que cuando no se les puede incluir en alguna de estas tres categorías.

Las medidas implícitas no están exentas de críticas. Una asociación inconsciente, ¿implica que se mantenga un prejuicio hacia un grupo? ¿No sería posible que las personas hayan aprendido que en su cultura, grupo, etc., estos términos están asociados y por eso los reconoce/recuerda mejor? Según algunos investigadores, lo único que mide el IAT son las asociaciones presentes en una cultura o grupo, y el grado en el que una persona ha aprendido dichas asociaciones, pero no si las comparte o no. Un resultado que muestra que una persona relaciona más las características positivas con “blanco”, y las negativas con “negro”, puede simplemente indicar que esa persona ha sido expuesta a un gran número de situaciones donde se ha realizado dicha asociación.

8.7 Características de los estereotipos

En este apartado describiremos las características o peculiaridades más importantes de los estereotipos: su contenido, sus funciones, su estabilidad *versus* inestabilidad, los estereotipos individuales *versus* culturales, y su grado de precisión.

El contenido de los estereotipos

Existe cierto desacuerdo entre los investigadores a la hora de determinar el *contenido* de los estereotipos. En unos casos se considera que incluye los atributos que caracterizan al grupo. En otros se hace hincapié en las características que le diferencian. Por ejemplo, McCauley y cols. (1980) consideran que los estereotipos son generalizaciones que distinguen a unas personas de otras.

Según Ashmore y Del Boca (1981) deben incluir además de las características diferenciadoras, aquellas que se usan para describir al grupo en cuestión. Asimismo, según estos autores, y como señala Huici (1999), donde sí parece haber acuerdo es en que los estereotipos son constructos cognitivos referidos a los atributos *personales* de un grupo social, aunque no sólo se refieren a características de personalidad. Todavía resulta más complejo si tenemos en cuenta que los estereotipos, además, son flexibles.

En cuanto a su valencia, existe una tendencia a considerar que sólo incluyen características negativas. Pero hasta los estereotipos positivos pueden tener consecuencias negativas, si las personas hacia quienes se dirigen no los comparten. Una reciente línea de investigación basada en la Teoría de la autoverificación demuestra que a las personas nos gusta que los demás vean

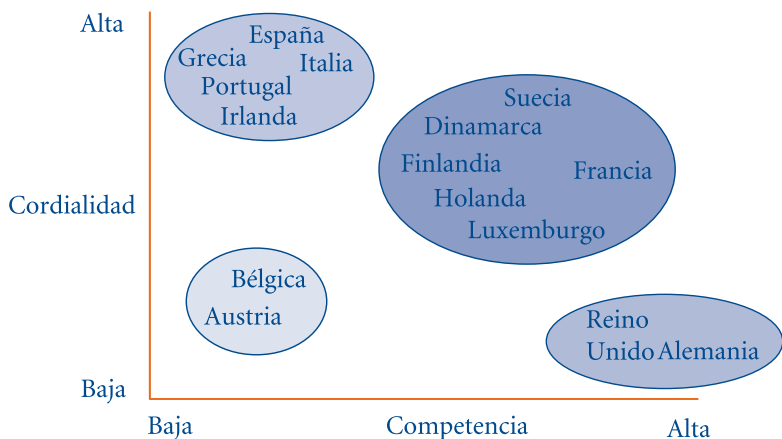
a nuestro grupo tal como lo vemos nosotros, tanto en lo bueno como en lo malo (Gómez, Morales, Huici, Gaviria, y Jiménez, 2007). La Teoría de la autoverificación (Swann, 1983) afirma que, debido a la necesidad de coherencia psicológica, a las personas nos gusta que los demás nos vean tal como nos vemos a nosotros mismos, ni mejor, ni peor.

Más importante es la cuestión de si son precisos o imprecisos. Gran parte de las características incluidas en los estereotipos son *subjetivas*, lo que hace difícil calibrar su precisión.

Una concepción general es la de Fiske, Cuddy, Glick y Xu (2002), quienes desarrollaron el *Modelo del contenido de los estereotipos* estructurado en dos dimensiones (véase el Cuadro 8.16). Los autores sugieren que las dimensiones de contenido de los estereotipos resultan de las interacciones interpersonales e intergrupales. El contenido puede mostrar dimensiones separadas de gusto o disgusto, y respeto o falta de él. Según el modelo, las personas pretenden conocer dos cosas de los demás: si sus intenciones son buenas o malas hacia mí y hacia mi grupo (si son cordiales o no), y si pueden realizar sus intenciones (si son competentes o no). De esta manera, hay grupos que pueden ser amenazantes porque son competentes pero no son cordiales (por ejemplo, los inmigrantes que llegan a tener éxito). Pero también pueden ser poco amenazantes cuando son cordiales, pero menos competentes, (por ejemplo las personas mayores, o las amas de casa).

Cuadro 8.16: Ejemplo del Modelo de contenido de los estereotipos.

Cuddy y Fiske (2003) mostraron cuál es la imagen que los alemanes tienen de los países que entonces formaban parte de la Unión Europea, y los colocaron en una figura bidimensional de acuerdo a las categorías planteadas por Fiske y cols. (2002). Aquí podemos comprobar cómo los alemanes nos consideran bastante cordiales, pero poco competentes.



Las funciones de los estereotipos

Fue Tajfel (1981) el primero en interesarse por las funciones de los estereotipos. De hecho, consideraba que su contenido depende de las funciones que cumplen. Afirmaba que proceden de las relaciones entre grupos y se mantienen gracias a dichas relaciones. Proponía que tienen funciones tanto individuales como sociales (Huici, 1984, lo aplicó a los estereotipos de género), aunque se centrara más en las segundas.

Siguiendo a Allport (1954), Tajfel argumentaba que los estereotipos tienen al menos dos *funciones individuales*: sistematizar y/o simplificar la realidad, y defender los valores de la persona. La primera (que, en realidad, se refiere a la categorización), consiste en destacar las diferencias entre categorías y las semejanzas dentro de las categorías. En cuanto a la segunda, afirma que las categorías sociales tienen “valor” para las personas, ya que se evalúan como positivas o negativas. Al ser más ambiguas y tener un fuerte valor subjetivo, necesitan de muy poca información para confirmarlas, pero mucha para desconfirmarlas.

En cuanto a las *funciones sociales*, los estereotipos de los exogrupos se difunden con mayor facilidad en los siguientes casos:

- Cuando hay que explicar acontecimientos a gran escala. En este caso, se utilizan los estereotipos para aplicarlos a grandes grupos y, de esta manera, explicar su comportamiento.
- Cuando hay que justificar las acciones cometidas o planeadas contra un exogrupo. Un ejemplo es exagerar los comportamientos negativos de determinado exogrupo (como una minoría) para negarle ciertos derechos.
- También se utilizan para adquirir una diferenciación positiva que beneficie al endogrupo cuando es necesario debido a que, por ejemplo, existen muchas similitudes entre los grupos y eso puede resultar amenazante.

En definitiva, la principal función social de los estereotipos es mantener una distintividad positiva, especialmente cuando puede existir cualquier posible amenaza real o percibida. Sin embargo, hay situaciones en las que puede estar mal visto mostrar abiertamente ese esfuerzo por la distintividad. En esas ocasiones, se favorecería al endogrupo en las características que se considerasen más importantes, y se cedería una ventaja al exogrupo en otras que fueran menos importantes para la situación. De esta manera, el endogrupo se mantiene por encima del exogrupo, pero transmite una imagen positiva de sí mismo ya que, aparentemente, se muestra como igualitario.

Fiske (1993) incluye una función social más a las señaladas por Tajfel. Sería la de *control social*. Se refiere a que la forma de estereotipar a los demás está relacionada con el poder. Quienes tienen menos poder se forman una imagen individualizada de quienes tienen poder, en lugar de formarse un estereotipo del grupo. Sin embargo, las personas con poder tienden a estereotipar más a los que no lo tienen porque no necesitan individualizar y además, les sirve de estrategia de ahorro de su atención.

Jost y Banaji (1984) también describen otra función: la de *justificación de un sistema u organización social*. Según este modelo, las personas quieren creer que el sistema social que les afecta es justo y legítimo y están dispuestos a sacrificar su beneficio personal o los intereses de su grupo para apoyar esas creencias. Este motivo es consistente con la creencia en un mundo justo. La diferencia es que la Teoría de la justificación del sistema se centra en los estereotipos y en las creencias ideológicas, mientras que la creencia en un mundo justo lo hace en las expresiones de las víctimas que asumen su responsabilidad como una forma de creer en un mundo justo y para mantener un sentido de control personal (Lerner, 1980).

Estabilidad versus inestabilidad de los estereotipos

Los estereotipos culturales (cómo creemos que las personas de nuestro grupo ven a los miembros de otro grupo en general) han sido considerados estructuras rígidas porque se ha creído hasta muy recientemente que eran persistentes al paso del tiempo (Ashmore y Del Boca, 1981, p. 18). Un aspecto que resulta interesante conocer es si los estereotipos son estables para una misma

persona. El estereotipo cultural sí parece ser más estable que los estereotipos individuales. Además, las personas se suelen sentir más cómodas cuando se les pregunta por los estereotipos culturales que por los individuales (Devine y Elliot, 1995). Sin embargo, García-Marques, Santos y Mackie (2006) mostraron cómo, en realidad, los estereotipos son estructuras dinámicas de conocimiento y solamente tienen una estabilidad moderada, e incluso baja (véase el Cuadro 8.17).

Cuadro 8.17: *La inestabilidad de los estereotipos.*

García-Marques y cols. (2006, estudio 1) realizaron una investigación en la que los participantes debían elegir entre una lista de 43 características aquellas que mejor representaban a un grupo en concreto (gitanos, gays o inmigrantes africanos). Dos semanas después, volvieron a realizar la misma operación con los mismos participantes.

Encontraron que solamente se repetían aproximadamente el 50% de las características que los participantes habían elegido como estereotípicas para el grupo dos semanas antes. Unos resultados similares fueron encontrados precisamente por Rothbart y John (1993). Sin embargo, García-Marques y cols. (2006) pidieron a los participantes que, al elegir previamente las características, evaluaran hasta qué punto consideraban que dichos atributos eran centrales en la imagen que tenían de los miembros pertenecientes a cada una de las categorías en cuestión. Los resultados muestran que las características que no aparecieron en la medida del estereotipo dos semanas después eran las que habían sido consideradas como menos centrales por los participantes.

Los autores realizaron otros tres estudios para demostrar que tanto la representación de los estereotipos individuales (cuál es la imagen que una sola persona tiene de un grupo concreto), como la de los culturales (cómo cree que piensan en general las personas de su grupo sobre otro grupo), es inestable.

Esta característica de los estereotipos muestra la importancia de las estrategias de cambio de estereotipos, ya que no son tan rígidos como se pensaba y son susceptibles al cambio. Sin embargo, es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Los estereotipos son más estables cuando son centrales o importantes.
- Los estereotipos son más estables cuando a quien se evalúa es a los miembros típicos de un grupo (véase García-Marques y cols., 2006, estudios 2 y 3).
- Pero incluso cuando se consideran los atributos más centrales o accesibles y a los individuos más típicos de un grupo, sigue existiendo cierta inestabilidad con el paso del tiempo.

Estereotipos individuales *versus* estereotipos culturales

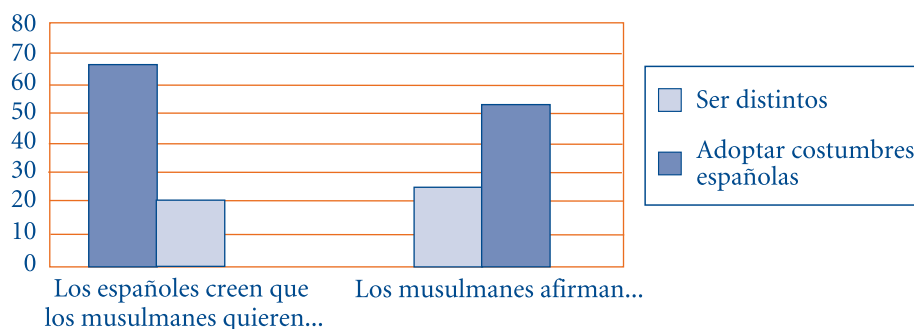
Un estereotipo cultural se refiere a los patrones de creencias compartidos por un grupo. Es decir, sería “lo que piensan las personas en general” (Devine y Elliot, 1995). El estereotipo individual hace referencia a las creencias mantenidas por un individuo sobre las características de un grupo. Establecer esta diferencia es importante porque cuando a una persona se le pregunta por el estereotipo compartido por un grupo, eso no implica que tenga las mismas creencias que la mayoría de los miembros del grupo. Devine (1989, Estudio 1) demostró que entre las personas altas en prejuicio y las bajas (en concreto, hacia los negros), no había diferencias en las características que pensaban que tenían los miembros del exogrupo (por ejemplo, pobres, agresivos, poco inteligentes, etc.). Esto se debe a que ambos son conscientes por igual del estereotipo cultural que existe hacia los miembros de un exogrupo. La tendencia en Psicología social es medir los estereotipos individuales, ya que se ha demostrado que están más directamente relacionados con los pensamientos, creencias y conductas hacia los grupos que los estereotipos culturales (Dovidio y cols., 1996).

La precisión de los estereotipos

La imprecisión ha sido una de las características que se le ha asignado habitualmente a los estereotipos. Aunque un estereotipo fuera bastante preciso, los procesos de categorización hacen que se ignore a qué personas del grupo se le puede aplicar y a cuáles no. Fiske (2004) analiza una serie de variables relacionadas con la precisión de los estereotipos. Por ejemplo, la mayoría están formados por una serie de características “subjetivas” que pueden estar influidas por el favoritismo endogrupal, la categorización, etc. Sin embargo, también hay características objetivas que se pueden evaluar de manera diferente. Las mismas características pueden tener un significado y una evaluación distintos para personas que pertenecen a diferentes grupos. Por ejemplo, se espera que una mujer competente se comporte de manera diferente a un hombre para que a este también se le considere competente, aunque estén desempeñando el mismo rol, el de padres (para consultar cómo medir el grado de precisión o imprecisión de los estereotipos, véase Ryan, Park y Judd, 1996). El Cuadro 8.18 muestra un ejemplo relacionado con la precisión de los estereotipos.

Cuadro 8.18: *Un ejemplo sobre la precisión de los estereotipos.*

Datos sobre qué creen los españoles que quieren los musulmanes residentes en España, y qué es lo que desean los musulmanes en realidad. Recogidos en 2006 en España por el *Pew Research Center* (véase <http://pewglobal.org/>, para ampliar información sobre este y otros estudios relacionados).



8.8 Resumen

El objetivo principal de este capítulo era presentar qué son los estereotipos para alcanzar un conocimiento en detalle de la cuestión. Hemos realizado una revisión histórica de la atención que la Psicología social les ha prestado a lo largo de la historia. Además, hemos incluido más de una docena de definiciones ante la ausencia de consenso sobre una sola que recoja todo su significado. También hemos expuesto las distintas orientaciones teóricas que se han ocupado de su estudio. Sin embargo, el punto al que hemos dedicado nuestra mayor atención ha sido al de la naturaleza de los estereotipos. Utilizando como herramientas las orientaciones teóricas generales previamente expuestas, hemos tratado de dar respuesta a cómo y por qué se forman los estereotipos, cómo se representan, cómo se mantienen y aplican y, por último, cómo se miden.

Continúa

Y con todo este *feedback* en el bolsillo, hemos terminado planteando algunas de las características de los estereotipos que esperamos se hayan entendido una vez expuesta su naturaleza. Concretamente, hemos prestado especial atención a dos aspectos clave de la estereotipia: el *contenido* y las *funciones* de los estereotipos. Pero además, también nos hemos detenido brevemente en las cuestiones de la estabilidad versus inestabilidad, los estereotipos culturales *versus* individuales, y en si son o no precisos.

Como es bien sabido, se teme lo que no se conoce. Llegados a este punto esperamos que el lector haya aprendido lo suficiente sobre los estereotipos para no temerlos, pero también para no dejarse llevar por ellos. Está claro que están ahí y a todos nos afectan, pero como psicólogos, nuestra labor es conocer los mecanismos envueltos en los procesos de estereotipia para manejarlos adecuadamente.

Términos de glosario

Correlación ilusoria

Estereotipo

Estereotipo cultural

Estereotipo individual

Homogeneidad exogrupal

Lecturas y otros recursos recomendados

Bourhis, R. Y. y Leyens, J. P. (Coords.) (1996). *Estereotipos, discriminación y relaciones entre grupos*. Madrid: McGraw-Hill.

Este es un manual en castellano donde se describe qué son los estereotipos y se relacionan con la discriminación, haciendo especial hincapié en el efecto que tienen en las relaciones intergrupales. De los pocos materiales que en castellano recogen un material bastante completo sobre el tema.

Huici, C. (1999). Estereotipos. En J. F. Morales y C. Huici (Coords.). *Psicología Social*. (pp. 73-84). Madrid: McGraw-Hill.

Es un capítulo escrito por la profesora Carmen Huici en una manual de Psicología social. Hemos seguido en varias ocasiones un esquema similar para el presente capítulo. Recoge de manera concisa qué son los estereotipos y las principales orientaciones teóricas que se han centrado en su estudio.

McGarty, C., Yzarbyt, V. Y. y Spears, R. (2002). *Stereotypes as explanations. The formation of meaningful beliefs about social groups*. Cambridge: Cambridge University Press.

En este manual no sólo se muestra qué son los estereotipos, sino que cada capítulo se centra en algunos de los aspectos principales que hemos descrito aquí, tales como las funciones, orientaciones teóricas, etc.

Schneider, D. J. (2005): *The psychology of stereotyping*. Nueva York: The Guilford Press.

El texto más reciente y completo hasta la fecha que recoge la literatura más relevante sobre estereotipos. Sin duda, el más recomendado para quien quiera profundizar en la cuestión.

- En la siguiente página web se puede acceder al texto completo en inglés del estudio clásico del equipo de Sherif sobre conflicto intergrupal y cooperación:

<http://psychclassics.yorku.ca/Sherif/>

- Para quien esté interesado en el tema de la relación entre la apariencia física y los estereotipos, le recomendamos revisar los trabajos de la profesora Leslie A. Zebrowitz. En su página web se puede encontrar acceso gratuito a varios de sus trabajos en inglés. <http://www.brandeis.edu/departments/psych/faculty/zebrowitz.html>

- En las siguientes direcciones se puede encontrar más información sobre el IAT en distintos idiomas y se muestran ejemplos de aplicación a diferentes contextos:

<https://implicit.harvard.edu/implicit/>

http://faculty.washington.edu/agg/iat_materials.htm

Estereotipos de género

Isabel Cuadrado Guirado

“Todo lo que una mujer tiene que hacer para parecer femenina es mostrarse pasiva, sumisa, incompetente, desvalida y quejica. Lo último que se espera de una mujer femenina es que sea capaz de conseguir algo por sí misma. A los hombres, al contrario, se les incita a definirse a sí mismos por medio del éxito, a conducir un Golf, a situarse socialmente por encima de vecinos y compañeros, a convertirse en ejecutivos respetados, a no mostrar sus emociones, a no llorar en público.”

Lucía Etxebarría (La Eva Futura, 2002)

Objetivos

En este capítulo nos proponemos los objetivos siguientes:

- Describir qué son los estereotipos de género.
- Analizar las dimensiones existentes en los estereotipos de género.
- Conocer las funciones que cumplen estas dimensiones.
- Identificar los componentes de los estereotipos de género y las relaciones existentes entre ellos.
- Comprender cómo surgen los estereotipos de género.
- Exponer las principales funciones de los estereotipos de género.
- Analizar la naturaleza positiva o negativa de los estereotipos de género.
- Profundizar acerca de la estabilidad del contenido de los estereotipos de género.
- Reflexionar sobre el papel que desempeñan los estereotipos de género en el acceso de las mujeres a puestos directivos.
- Aplicar los contenidos del capítulo al mantenimiento de actitudes sexistas en la actualidad.

9.1 Introducción

Las líneas con las que iniciamos este capítulo no pueden ser más esclarecedoras de la influencia de los estereotipos de género en nuestra sociedad. En ellas, la autora no describe a una mujer o a un hombre en particular, sino que hace alusión a características que se consideran femeninas o a cómo se les incita a los hombres a comportarse. En definitiva, está refiriéndose a imágenes estereotipadas de género, con las que el lector estará más que familiarizado por su presencia en nuestra vida diaria. Sin embargo, la cotidianeidad de la cuestión no debe llevarnos a simplificarla. A nuestro juicio, realizar una aproximación al estudio de los estereotipos de género no es una tarea sencilla. Esta afirmación sólo puede realizarse si asumimos que el constructo *género* es complejo, que los *estereotipos de género* son complejos y que los efectos de la *estereotipia de género* son complicados y a veces contradictorios.

La complejidad sobre el género se pone de manifiesto en su propia definición. De hecho, la mayoría de los análisis comienzan realizando una distinción entre sexo y género, ya que el uso erróneo de ambos términos ha sido objeto de debate en la literatura. Como conclusión a este debate, es frecuente adoptar el término *sexo* para referirse a las características biológicas asociadas a cada una de las dos categorías sexuales, y el término *género* para referirse a las características psicosociales (rasgos, roles, motivaciones y conductas) que se asignan diferencialmente a hombres y mujeres (Deaux, 1985). Perspectivas más recientes (Deaux, 1993; Ruble y Martin, 1998), que evitan la asunción de causalidad que puede estar implícita en otras distinciones, utilizan el término *sexo* para referirse a la clasificación de las personas basándose en las categorías demográficas de hombres y mujeres y el término *género* para referirse a los juicios o inferencias sobre los sexos, como estereotipos, roles, masculinidad y feminidad, o cualquier otro caso en que el término *sexo* pueda construirse o utilizarse inadecuadamente.

A lo largo de este capítulo el lector podrá comprobar la complejidad que subyace a los estereotipos de género. Esta complejidad, unida al interés que suscitan y a su impacto, ha convertido la investigación sobre los estereotipos de género en una línea de estudio que ha experimentado un notable desarrollo en las últimas décadas. La presentación de los numerosos trabajos existentes excede ampliamente los límites de un capítulo de esta naturaleza. En su lugar, hemos optado por seleccionar los contenidos que, desde nuestro punto de vista, nos permiten aproximarnos mejor al estudio de los estereotipos de género. Para ello, en primer lugar, introduciremos una serie de cuestiones que, a nuestro juicio, son básicas, como la definición de los estereotipos de género, el contenido de los estereotipos de hombres y mujeres, y ciertos aspectos relacionados con el modo de medirlos. En los siguientes epígrafes presentamos las dimensiones diferenciadas de los estereotipos, sus componentes, las diferentes perspectivas que tratan de explicar cómo y por qué surgen, las funciones que cumplen y las posibles variaciones en su contenido. Finalmente, tratamos de aplicar los contenidos previos del capítulo a dos ámbitos en los que se pone de relieve el poderoso impacto de los estereotipos de género: el acceso de las mujeres a puestos directivos y el mantenimiento de actitudes sexistas.

9.2 Algunas cuestiones básicas sobre los estereotipos de género

Imagine que tiene que realizar la tarea que le describimos a continuación:

Fórmese una imagen mental de la “mujer típica”, a continuación fórmese una imagen mental de lo que la mayoría de las personas consideran una “mujer típica”. Ahora, complete estas dos frases con cinco adjetivos o expresiones diferentes:

1. Yo creo que la mujer típica es _____.
2. La mayoría de las personas piensan que la mujer típica es _____.

Finalmente, repita el ejercicio, pero pensando en el “hombre típico”.

Los primeros trabajos que ofrecieron apoyo empírico a la existencia de los estereotipos de género se realizaron siguiendo el procedimiento descrito. Fueron llevados a cabo a finales de la década de los sesenta y principios de los setenta en Estados Unidos (Broverman, Vogel, Broverman, Clarkson y Rosenkrantz, 1972; Rosenkrantz, Vogel, Bee, Broverman y Broverman, 1968). En ellos, a un primer grupo de estudiantes se les solicitaba que indicaran las características que ellos creían que diferenciaban a hombres y mujeres mediante el procedimiento que acabamos de presentar. Obtuvieron un listado de 122 adjetivos bipolares (por ejemplo, sumisión *vs.* dominancia). Posteriormente, un segundo grupo de cerca de mil participantes debía indicar el grado en el que esos 122 adjetivos bipolares eran aplicables a un hombre típico, a una mujer típica y a sí mismos. Los resultados revelaron que 41 rasgos fueron seleccionados por más del 75% de la muestra como rasgos que diferenciaban claramente a mujeres y hombres (29 característicos de los hombres y 12 de las mujeres).

A partir de la breve descripción de esta investigación, el lector no tendrá dificultad en comprender qué son exactamente los *estereotipos de género*. Se trata de un conjunto de creencias compartidas socialmente acerca de las características que poseen hombres y mujeres, que se suelen aplicar de manera indiscriminada a todos los miembros de uno de estos dos grupos. Por ejemplo, el estereotipo femenino está compuesto por creencias como que las mujeres son emocionales, débiles, sumisas, dependientes, comprensivas, cariñosas, sensibles a la necesidades de los demás. Esto no quiere decir que lo sean, sólo que tienden a ser percibidas así. Del mismo modo, según el estereotipo masculino, los hombres son duros, atléticos, dominantes, atrevidos, egoístas, agresivos, competitivos, actúan como líderes. Esto tampoco se corresponde necesariamente con la realidad, sino que se trata de una percepción generalizada.

Estos estereotipos relacionados con mujeres y hombres se han agrupado en diferentes dimensiones, una de ellas es la denominada comunión/agencia (Bakan, 1966). Normalmente, consideramos que las mujeres tienen más cualidades comunales (por ejemplo, son emocionales, sensibles, afectivas, comprensivas, tiernas, afectuosas) y los hombres más cualidades agénticas (por ejemplo, son independientes, competitivos, ambiciosos). Esta distinción surge de la realizada por Parsons y Bales (1955) entre Instrumentalidad/Expresividad. Se considera instrumental todo lo relacionado con la productividad, eficacia, autonomía, independencia y competición para el logro de una tarea. Lo expresivo se refiere a todo lo relacionado con los factores afectivo/emocional y relacional, así como al mantenimiento de la cohesión grupal. Por tanto, la dimensión femenina de los estereotipos de género se llama *comunal* o *expresiva*, y la masculina, *agéntica* o *instrumental*.



Sandra Bem

Uno de los instrumentos más utilizados para medir la autoasignación o heteroasignación de rasgos expresivo-comunales e instrumentales-agentes es el *Bem Sex Role Inventory* (BSRI) desarrollado por Sandra Bem en 1974. Consta de 60 ítems: 20 adjetivos instrumentales (socialmente deseables para hombres), 20 expresivos (socialmente deseables para las mujeres) y 20 neutros respecto al género. Éste fue el primer instrumento que pretendía medir la masculinidad-instrumentalidad y la feminidad-expresividad como dos dimensiones independientes, ya que el modelo clásico concebía la unidimensionalidad bipolar del constructo masculinidad-feminidad. Es decir, se suponía que las personas masculinas no podían ser femeninas y a la inversa.

A pesar de su impacto, difusión y aplicación, el hecho de que Bem construyera el BSRI basándose en los atributos que eran deseables para una mujer (o para un hombre) en la sociedad

estadounidense en la década de los setenta lo convierte en objeto de, al menos, tres críticas ineludibles. La primera, su posible desfase debido a la evolución cultural experimentada por las sociedades occidentales desde su creación (hace más de tres décadas). La segunda, estar compuesto sólo por rasgos positivos (rasgos deseables socialmente). Finalmente, la influencia de las diferencias culturales entre Estados Unidos y el resto de países. Afortunadamente, el estudio llevado a cabo por López-Sáez y Morales (1995), con una muestra representativa de la población española, sirvió para elaborar una versión reducida del BSRI que constituye una adaptación de dicho instrumento a nuestro país. Esta versión, además de presentar la ventaja de incluir los rasgos estereotípicamente masculinos y femeninos en nuestra sociedad, añade nuevos rasgos negativos atribuidos tradicionalmente a las mujeres y a los hombres en nuestra cultura. Estos rasgos negativos se obtuvieron a través de una pregunta abierta en la que se pedía a los participantes que indicaran las tres características más apropiadas para describir a las mujeres y las tres más apropiadas para describir a los hombres. Con este procedimiento se evitaba una de las críticas más comunes realizadas a los instrumentos de medida de los estereotipos de género: estar compuestos únicamente por rasgos deseables socialmente.

En este estudio a los participantes se les presentaba un listado de 20 rasgos (López-Sáez, 1995). Su tarea consistía en indicar la proporción de mujeres y hombres que, a su juicio, poseían o mostraban cada uno de esos rasgos. Para conocer si un rasgo era estereotípicamente masculino o femenino se calculaba la *razón diagnóstica* (resultado de dividir para cada participante y cada rasgo el porcentaje de hombres a los que se les atribuía un rasgo por el porcentaje de mujeres a las que se les asignaba ese mismo rasgo). De este modo, se obtuvieron ocho rasgos estereotípicamente masculinos y nueve estereotípicamente femeninos. En el Cuadro 9.1 se presentan dichos rasgos.

Cuadro 9.1: *Rasgos estereotípicamente masculinos y femeninos en la sociedad española.*

Rasgos instrumentales/agentes (Estereotípicamente masculinos)	Rasgos expresivos/comunales (Estereotípicamente femeninos)
Atlético, deportivo	Cariñosa
Personalidad fuerte	Sensible a las necesidades de los demás
Desea arriesgarse, amante del peligro	Comprensiva
Agresivo, combativo	Compasiva
Actúa como líder	Cálida, afectuosa
Individualista	Tierna, delicada, suave
Duro	Amante de los niños
Egoísta	Llora fácilmente
	Sumisa

Fuente: López-Sáez y Morales (1995).

Con el fin de evitar posibles confusiones, nos parece necesario aclarar que el BSRI se elaboró inicialmente para medir la identidad de género. Así, a partir de las puntuaciones obtenidas, las personas eran clasificadas en una de las siguientes categorías: masculina, femenina, andrógina o indiferenciada. Sin embargo, Spence (1985, 1993) refiriéndose tanto al BSRI como al PAQ (*Personal Attributes Questionnaire*; cuestionario desarrollado en el mismo año y con el mismo objetivo por Spence, Helmreich y Stapp, 1974) señaló que no se puede

medir la identidad de género basándose exclusivamente en dos tipos de rasgos de personalidad (expresivo-comunales e instrumentales-agentes). Esta autora defiende que la masculinidad y la feminidad son conceptos multidimensionales, en los que intervienen múltiples factores, como rasgos de personalidad, atributos físicos, capacidades, preferencias ocupacionales e intereses, entre otros. No obstante, la tipología derivada de las escalas del BSRI y del PAQ se ha utilizado ampliamente para explicar diferencias individuales en conducta (López-Sáez, 1994; véase Moya, 1993, para una revisión de trabajos en los que se ha aplicado la tipología del BSRI en nuestro país). En un epígrafe posterior comprobaremos que no sólo la identidad de género, sino también los estereotipos de género tienen múltiples componentes. Pero previamente nos centraremos en las dos dimensiones de los estereotipos.

9.3 Las dimensiones descriptiva y prescriptiva de los estereotipos de género

La influencia de los estereotipos de género es tan penetrante que desde el momento en que un perceptor categoriza a una persona como hombre o mujer, le aplica de manera casi automática las características asociadas a su categoría de género. Ahora bien, las características que se adscriben a hombres y mujeres —*dimensión descriptiva de los estereotipos*— son también las que se consideran deseables y se esperan de hombres y mujeres. Es decir, existe una segunda dimensión en los estereotipos de género que indica cómo deberían comportarse hombres y mujeres. Nos referimos a la *dimensión prescriptiva*. Por ejemplo, el estereotipo femenino incluye prescripciones como que una mujer debería tener habilidades interpersonales, ser pasiva, dócil y cooperar con los demás. Por decirlo de otra forma, la creencia estereotípica de que las mujeres son cálidas, comprensivas o cariñosas está claramente relacionada con una prescripción societal acerca de que ellas deben ser así (recuerde el párrafo con el que introducíamos el presente capítulo). Como veremos más adelante, la trasgresión de esta prescripción puede dar lugar a fuertes sanciones sociales. Según Fiske (1998), la dimensión prescriptiva de los estereotipos de género refuerza la diferenciación de género, ya que dicha dimensión está compuesta por atributos femeninos que caracterizan a subgrupos de mujeres tradicionales (por ejemplo, amas de casa), pero no por atributos masculinos que caracterizan a subgrupos de mujeres no tradicionales (por ejemplo, feministas).

Burgess y Borgida (1999) realizan un excelente análisis de las dimensiones descriptiva y prescriptiva de los estereotipos de género, en el que demuestran que, aunque ambas están relacionadas, se trata de constructos distintos que dan lugar a discriminación a través de procesos diferentes. Las principales conclusiones de su análisis son las siguientes. Los aspectos descriptivos de los estereotipos de género dan lugar a una forma de discriminación “fría” que no está tan basada en los prejuicios de género como la discriminación que se deriva de los aspectos prescriptivos. Es un tipo de discriminación que suele producirse sin hostilidad y sin que exista una intención abierta de discriminar. En contraste, los aspectos prescriptivos de los estereotipos de género dan lugar a una discriminación intencional hacia las mujeres que transgreden las prescripciones de su rol de género. Se trata de un tipo de discriminación “caliente” que, según Fiske (1998), está relacionada con la amenaza percibida por los hombres y posee una fuerte carga emocional. En el último epígrafe de este capítulo abordamos el impacto de ambas dimensiones de los estereotipos en el acceso de las mujeres a la función directiva.

Prentice y Carranza (2002) amplían el estudio de la dimensión prescriptiva de los estereotipos de género con objeto de captar toda su complejidad. En primer lugar, no se centran únicamente en los rasgos positivos que se supone que las personas tienen en virtud de su género, sino que incluyen también rasgos negativos. En segundo lugar, distinguen para cada género los rasgos sobre los que existen fuertes imperativos sociales de los rasgos para los que existen imperativos sociales relajados. Para ello, utilizan la deseabilidad general de cada rasgo como base con la que comparar su deseabilidad específica para cada género. Este análisis genera cuatro categorías de rasgos para cada género en lugar de un único listado de rasgos prescriptivos. En el Cuadro 9.2 se presenta como ejemplo las categorías obtenidas en el caso de las mujeres.

Cuadro 9.2: *Categorías de rasgos para las mujeres.*

- Rasgos con elevada deseabilidad en general y mayor deseabilidad para las mujeres (“prescripciones intensificadas”; por ejemplo, amantes de los niños, sensibles).
- Rasgos con elevada deseabilidad en general y menor deseabilidad para las mujeres (“prescripciones relajadas”; por ejemplo, inteligentes, maduras).
- Rasgos con baja deseabilidad en general y mayor deseabilidad para las mujeres (“proscripciones relajadas”; por ejemplo, complacientes, emocionales).
- Rasgos con baja deseabilidad en general y menor deseabilidad para las mujeres (“proscripciones intensificadas”; por ejemplo, rebeldes, obstinadas).

Fuente: Prentice y Carranza (2002).

Este esquema aborda la complejidad de la dimensión prescriptiva de los estereotipos de género y permite conocer mejor sus consecuencias. Por ejemplo, las reacciones que genera la violación de las prescripciones estereotípicas no tienen que ser siempre negativas. Si estas violaciones demuestran androginia, en lugar de desviación —porque incluyen manifestaciones de cualidades deseables en ámbitos en los que existe libertad social— pueden dar lugar a evaluaciones positivas (para más información sobre este aspecto, véase Prentice y Carranza, 2004).

9.4 Componentes de los estereotipos de género

Hasta el momento sólo hemos abordado la *estereotipia de rasgo*, es decir la referida a todas las características que se considera que definen de forma diferente a hombres y mujeres. Sin embargo, aunque ha sido frecuente igualar estereotipos de género con estereotipos relativos a rasgos, hace más de dos décadas que Deaux y Lewis (1984) investigaron el contenido de los estereotipos de género e identificaron cuatro componentes que las personas utilizaban para diferenciar a los hombres de las mujeres: rasgos, roles, ocupaciones y características físicas.

La *estereotipia de rol* incluye las actividades que se consideran más apropiadas para hombres y mujeres. Así, según los estereotipos, tradicionalmente las mujeres están más preparadas para cuidar de los hijos y realizar tareas domésticas, mientras que los hombres lo están para realizar actividades fuera de casa. Las *ocupaciones* también están estereotipadas; por ejemplo, la peluquería y la estética se consideran actividades típicamente femeninas y la mecánica típicamente masculina (véase el Cuadro 9.3). Finalmente, existen ciertos *rasgos físicos* que se consideran más característicos de mujeres (por ejemplo, voz suave) y otros de hombres (por ejemplo, son más altos, más fuertes, tienen la voz grave).

Cuadro 9.3: *La estereotipia de las ocupaciones.*

El acertijo que describimos a continuación ilustra perfectamente la *estereotipia de las ocupaciones*. “Un padre y su hijo se vieron involucrados en un accidente de tráfico, en el que murió el padre y el hijo resultó gravemente herido. La muerte del padre se certificó en el mismo lugar del accidente y su cuerpo fue trasladado al depósito de cadáveres. Una ambulancia condujo al hijo al hospital, donde de inmediato fue trasladado al quirófano. Llamaron al cirujano de guardia, que nada más ver al chico exclamó: ¡Dios mío, es mi hijo!”.

¿Cómo explicaría usted esta situación? Las respuestas de las personas cuando se les ha planteado resolver el acertijo han sido variadas, y erróneas en la mayor parte de los casos. El motivo es sencillo: sus creencias estereotipadas de género les dificultaban pensar que el cirujano de guardia en ese momento era la madre del chico, lo que se debe a que la cirugía se ha considerado tradicionalmente una ocupación típicamente masculina.

Estos componentes son relativamente independientes, pero basándose en uno de ellos, las personas extienden sus juicios a los otros tres. Así, una vez asignada una etiqueta de género a una persona, realizamos inferencias sobre la apariencia de esa persona, sus rasgos de personalidad, sus conductas de rol y su ocupación. De este modo, la información sobre un componente afecta al resto, ya que las personas tratan de mantener consistencia entre ellos. Por ejemplo, si nos dicen que un hombre se encarga de las tareas del hogar y del cuidado de los hijos es bastante probable que le describamos como una persona emocional y sensible.

En su estudio, Deaux y Lewis (1984) encontraron que los participantes percibían que las mujeres y los hombres eran más diferentes en características físicas que en las psicológicas, así como que las características físicas eran las que más influían en las inferencias que realizaban las personas sobre los otros tres componentes. En definitiva, esta influyente investigación demostró que los estereotipos de género son complejos, que tienen múltiples componentes y que las inferencias sobre un componente están basadas en la información sobre el resto de componentes. Posteriores trabajos comenzaron a investigar estos aspectos. Dos buenos exponentes de ello son los dos estudios realizados en nuestro país que se describen en el Cuadro 9.4.

Cuadro 9.4: *Dos estudios realizados en España sobre distintos componentes de los estereotipos de género.***Estudio de López-Sáez y Morales (1995)**

Se investigaban los componentes de rasgo y los de rol. La *estereotipia de rol* se midió a través de una escala de 15 ítems (por ejemplo, ¿debe ser el padre o la madre quien pida permiso en el trabajo para cuidar a un hijo enfermo?). Como señalamos cuando describimos una parte de este estudio, se encontraron diferencias en *estereotipia de rasgos*.

También se halló la existencia de *estereotipia de género* en el ámbito de los roles sociales. Así, se consideraba que las mujeres debían dedicarse a cuidar de los niños y realizar labores domésticas, y los hombres al trabajo asalariado fuera de casa.

Un resultado interesante de este estudio fue la influencia de tres variables (edad, hábitat y sexo) en la estereotipia de rol, pero no en la de rasgos. Concretamente, se encontró que las personas de más edad, que viven en ciudades pequeñas y son mujeres mostraban mayor tendencia a considerar que mujeres y hombres deben realizar diferentes actividades.

Finalmente, el trabajo demostró que no existía relación entre los dos tipos de estereotipia.

Estudio de Moya y Pérez (1990)

Más de mil hombres y mujeres indicaron el grado en el que consideraban que 98 atributos eran característicos de un hombre o de una mujer promedio.

Los autores presentaban a los participantes atributos representativos de los cuatro componentes principales de los estereotipos:

- Características físicas
- Ocupaciones
- Conductas de rol
- Características de personalidad

Los resultados pusieron de manifiesto que:

- Las imágenes de hombres y mujeres eran semejantes en lo que concernía a características físicas y de personalidad.
- Se consideraba que hombres y mujeres desempeñaban diferentes roles y ocupaciones.

Los epígrafes siguientes tratan de responder a tres cuestiones clave: (1) ¿cómo se originan los estereotipos de género?, (2) ¿para qué sirven?, y (3) ¿se mantiene estable el contenido de los estereotipos en el tiempo, en cualquier contexto y/o en diferentes países?

9.5 Sobre el origen, naturaleza y funciones de los estereotipos de género

Los psicólogos sociales han tratado de conocer cómo y para qué surgen las creencias arraigadas socialmente sobre hombres y mujeres. En la literatura encontramos dos explicaciones predominantes que tratan de responder a esta cuestión. Por una parte, la *Teoría del rol social*, desarrollada por Eagly en 1987 y, por otra, la *Hipótesis de la racionalización* desarrollada por Hoffmann y Hurst en 1990.



Alice H. Eagly

Según la formulación inicial de Eagly (1987), la desigual distribución de hombres y mujeres en diferentes roles sociales, principalmente ocupacionales y familiares, confiere a sus ocupantes características acordes con el rol y provoca la existencia de distintas expectativas hacia ellos.

Desde este planteamiento, el contenido agéntico del estereotipo masculino deriva del desempeño de los hombres de roles típicos en determinadas parcelas de la sociedad y la economía, y el contenido comunal del estereotipo femenino procede del desempeño por parte de las mujeres del rol doméstico y de roles ocupados desproporcionadamente por éstas —por ejemplo, secretaria, maestra, enfermera—. Es decir, se supone que hombres y mujeres poseen rasgos adaptados a los roles que normalmente ocupan (Eagly, 1987; Eagly y Steffen, 1984). Así, se espera que los hombres posean más cualidades agénticas —que sean independientes, dominantes, agresivos, competentes— y que las mujeres posean más atributos comunales —que sean amables, generosas, preocupadas por los demás y que expresen sus emociones—.

Según lo que acabamos de exponer, las diferencias entre hombres y mujeres en conducta social estarían causadas fundamentalmente por la tendencia de las personas a comportarse de modo consistente con las expectativas asociadas a sus roles de género. Estas expectativas provocarían que hombres y mujeres se especializaran en distintos aspectos: los hombres en controlar su ambiente y obtener resultados tangibles, como la finalización de la tarea, y las mujeres en aspectos orientados

a las relaciones sociales, como la preocupación por los sentimientos de los demás y la armonía del grupo. Puede verse una valoración actual de la teoría en Eagly, Wood y Diekmann (2000).

Por tanto, el planteamiento de Eagly sugiere que los estereotipos de género proceden de la observación de hombres y mujeres en diferentes roles sociales, que les confieren a sus ocupantes diferentes conductas y rasgos de personalidad. Sin embargo, Hoffman y Hurst (1990) no están de acuerdo con que los estereotipos de género surjan directa y exclusivamente de diferencias sexuales observadas en conducta o personalidad. Ellos proponen, y comprueban a través de dos experimentos, que los estereotipos de género surgen como un intento de racionalizar, justificar o explicar la división sexual del trabajo.

Según Hoffman y Hurst, la desigual participación de hombres y mujeres en distintos roles (por ejemplo, sostén económico de la familia y dedicación a la casa y a los hijos, respectivamente) es un hecho social tan significativo que las personas, e incluso las culturas, necesitan explicarlo, justificarlo o racionalizarlo. Y probablemente la razón más poderosa que permita explicarlo es la simple suposición de que existen diferencias inherentes entre hombres y mujeres que llevan a que cada sexo encaje mejor en su rol tradicional. Así, por ejemplo, “las mujeres cuidan de los niños; y esto es así porque ellas son *por naturaleza* más amables, delicadas y sensibles que los hombres. Los hombres se dedican a los negocios y luchan en las guerras; obviamente porque son más lógicos, independientes y competitivos que las mujeres” (Hoffman y Hurst, 1990, p.199).

En definitiva, la Hipótesis de la racionalización sugiere que los estereotipos de género surgen para explicar, racionalizar o justificar la división sexual del trabajo. Los autores defienden que las personas asumen la existencia de diferencias inherentes entre hombres y mujeres que predisponen a los sexos a desarrollar distintos rasgos de personalidad, aunque también reconocen que la educación y otros factores pueden aumentar esas tendencias, suprimirlas o incluso invertirlas en casos excepcionales.

La formulación de Hoffman y Hurst es una crítica a los planteamientos de Eagly sobre la formación de los estereotipos de género. Según sus autores, la Hipótesis de la racionalización evita dos problemas importantes de la teoría de Eagly. Por una parte, predice y explica el hecho de que los estereotipos se apliquen a los dos sexos en general, incluyendo a los niños, no sólo a las personas que ocupan roles masculinos y femeninos tradicionales. Por otra parte, explica *cómo* los atributos que se consideran deseables para los ocupantes de los roles masculinos y femeninos tradicionales llegan a asociarse con hombres y mujeres en general —las personas asumen que los sexos inherentemente difieren en esos atributos— y *por qué* ocurre esto —al hacerlo, las personas racionalizan la división sexual del trabajo (Hoffman y Hurst, 1990, p. 199)—.

Por tanto, esta explicación sobre el origen de los estereotipos de género destaca su importante función de justificación y mantenimiento del *statu quo*, ampliamente abordada en otras propuestas teóricas (por ejemplo, Jost y Banaji, 1994; Sidanius y Pratto, 1999). Así, los estereotipos sirven para regular la sociedad y asignar a cada miembro de ella su papel, contribuyendo a mantener el *statu quo* y las relaciones de poder. Tres estudios realizados recientemente por Jost y Kay (2005), en los que se manipula la accesibilidad cognitiva de los estereotipos de género y se mide el sistema de justificación como una variable de resultado, apoyan experimentalmente su función justificadora.

Asimismo, los estereotipos de género responden a la necesidad de encontrar una explicación psicológica a los hechos sociales (Huici, 1984; Tajfel, 1981). De este modo, racionalizamos las relaciones injustas entre hombres y mujeres aludiendo a diferencias en características, justificando con ello por qué se dan conductas discriminatorias. Por ejemplo, si nos preguntamos “¿por qué hay tan pocas mujeres directivas?”, una respuesta estereotipada sería “porque carecen de las cualidades que se requieren para desempeñar estos puestos”.

Williams y Best (1990) también formularon una explicación funcional sobre la naturaleza de los estereotipos de género. Según estos autores existen dos aspectos en estos estereotipos, uno de diferenciación y otro de legitimación. Los roles de género diferenciados y la división del trabajo entre hombres y mujeres es un modo eficaz de afrontar los retos de la vida (por ejemplo, la búsqueda de sustento en los hombres y el cuidado de los hijos en las mujeres). A la vez, resulta adaptativo para la sociedad legitimar esta diferenciación.

Burgess y Borgida (1999) destacan funciones diferenciadas para el componente descriptivo y el prescriptivo. Según estas autoras, el componente descriptivo de los estereotipos de género tiene una función cognitiva: actúa organizando y estructurando el flujo de información sobre hombres y mujeres al que hacemos frente diariamente. En contraste, el componente prescriptivo de los estereotipos de género está relacionado con intereses motivacionales. Concretamente, puede servir para mantener, reforzar o justificar la estructura de poder social existente que favorece a los hombres, recompensando a las mujeres que se conforman a roles de género tradicionales y sancionando a las mujeres y a los hombres que violan esas prescripciones.

Por tanto, los estereotipos de género, al igual que el resto de los estereotipos, simplifican el procesamiento de la información a través de la categorización, lo que posibilita una evaluación rápida sobre una persona, grupo o situación. En este sentido son positivos. Sin embargo, las interpretaciones pueden ser imprecisas o sesgadas, ya que se pierden características individuales. Si tenemos en cuenta, además, que a través de los estereotipos de género estamos polarizando a hombres frente a mujeres, parece estar claro que las diferencias reales entre ambos las estamos pasando por alto. Por tanto, se convierten fácilmente en un elemento discriminatorio. Así, pueden considerarse positivos en cuanto a representación esquemática de la realidad, pero no debemos olvidar que sirven a funciones sociales, como la justificación del *statu quo*, por lo que se convierten en elementos discriminatorios y de resistencia al cambio (por ejemplo, posición subordinada de la mujer). En este sentido, poco tienen de positivos.

En definitiva, como señala Ryan (2002), los estereotipos —en general— pueden ser precisos y útiles. Esto no significa que sean siempre ni frecuentemente precisos ni que su uso no sea negativo. Suelen ser exageraciones y generalizaciones que pueden ocasionar problemas para los miembros del grupo estereotipado. Sin embargo, bajo determinadas circunstancias, la impresión que tiene un perceptor sobre un grupo puede ser el resultado de realizar un esfuerzo por desarrollar una estructura cognitiva diferenciada que facilite la organización y uso eficaz de información relevante sobre ese grupo. Es decir, si restringimos el discurso científico y la investigación a los sesgos y consecuencias negativas de los estereotipos limitamos nuestra comprensión sobre ellos (Ryan, 2002).

RECUADRO: La polémica sobre el origen de las diferencias de género (Elena Gaviria Stewart).

Los estereotipos de género, como todos los estereotipos, se basan en la percepción que las personas tenemos sobre la realidad. Es evidente que los hombres y las mujeres somos diferentes, no sólo físicamente, sino también en nuestra forma de pensar, sentir y comportarnos. Pero, ¿de dónde vienen esas diferencias? Podemos responder a esta pregunta de dos formas: la más frecuente es apelar a causas inmediatas, lo que nos llevaría indefectiblemente a hablar del proceso de socialización y, desde un punto de vista físico, a procesos fisiológicos de tipo hormonal, por ejemplo. La segunda, más arriesgada, y por ello menos presente en la literatura, se refiere a las causas últimas, al origen de esas diferencias.

Continúa

Existe una controversia aún no resuelta acerca de cómo surgieron en nuestra especie las diferencias psicológicas entre hombres y mujeres. Los protagonistas de la polémica son, por un lado, los psicólogos sociales, representados por Alice Eagly y Wendy Wood, y, por otro, los psicólogos evolucionistas, entre los que destaca David Buss.

Teoría de los roles sociales (Eagly, 1995; Eagly y Wood, 1999) o Teoría biosocial (Wood e Eagly, 2002)

Según esta teoría, el origen de las diferencias de género está en la necesidad de cooperación entre los miembros del grupo para la supervivencia y la estrategia más eficaz es la división del trabajo entre los individuos en función de sus capacidades y características.

Uno de los criterios más obvios para establecer esa división es el que distingue entre sexos:

- Los hombres son más fuertes y más rápidos, son más competentes para la caza, por ejemplo.
- Las mujeres son las que dan a luz y amamantan a los hijos y su contribución al grupo es mucho más eficaz en tareas que no exigen alejarse demasiado del lugar de asentamiento, como la recolección o el cuidado de los niños.

Esa distribución del trabajo dio lugar a roles diferentes para cada sexo, lo que provocó diferencias psicológicas y conductuales entre hombres y mujeres por la necesidad de adaptarse a las expectativas ligadas a esos roles. Esas diferencias se han ido transmitiendo de padres a hijos a través del proceso de socialización.

Psicología Evolucionista

Postula que el origen de las diferencias de género está en la acción de la selección sexual, que explica tanto las diferencias físicas como las diferencias psicológicas.

Como se vio en el Capítulo 2, según la Teoría de la selección sexual de Darwin, ampliada por Trivers, los sexos se enfrentan a distintos problemas a la hora de luchar por aumentar su eficacia biológica, lo que provoca un conflicto de intereses entre ellos:

- Para los machos, lo más rentable es atraer al mayor número de hembras fértiles posible y copular con ellas, intentando evitar que otros machos rivales se las quiten.
- Por su parte, las hembras necesitan ser muy selectivas para encontrar un macho con una buena dotación genética, que sea capaz de protegerlas a ellas y a sus hijos de otros machos y que colabore en el cuidado de la prole en lugar de mariposear por ahí en busca de otras conquistas.

La necesidad de hacer frente a esas situaciones constantemente a lo largo de la historia evolutiva de la especie ha dado lugar a una serie de adaptaciones, en forma de mecanismos psicológicos innatos especializados en resolver esos problemas concretos. Por eso los hombres poseen rasgos físicos y psicológicos relacionados con la competición y el control sexual de las mujeres (para asegurar la paternidad), y estas se caracterizan por una mayor implicación en el cuidado de los hijos y en el mantenimiento de las relaciones. Esos mecanismos se activan ante situaciones que plantean los problemas para cuya solución han sido seleccionados.

Diferencias entre las dos teorías

La Teoría biosocial propone un origen basado en la interacción entre atributos físicos y conductas relacionadas con ellos por un lado, y factores contextuales de tipo social, económico y ecológico por otro.

La Psicología evolucionista plantea que hombres y mujeres difieren sólo en los ámbitos en que han tenido que afrontar problemas adaptativos (relacionados con la reproducción) distintos a lo largo de la historia de la especie, sin que esas diferencias conlleven en sí mismas ninguna connotación de superioridad o inferioridad (Buss, 1995).

La controversia entre los dos enfoques no reside en contraponer naturaleza frente a crianza, o determinismo genético frente a ambiental:

- La Psicología evolucionista reconoce el papel del ambiente como activador y modulador de los mecanismos heredados.

Continúa

- La Teoría biosocial admite que las diferencias biológicas que dieron lugar a la división del trabajo tienen un origen evolucionista, aunque su visión de las presiones selectivas no se centra en la selección sexual y la eficacia biológica, sino que prefiere considerarlas productoras de disposiciones más generales, como la capacidad para la vida en grupo y para la cultura, disposiciones que facilitan una mayor flexibilidad conductual a los individuos, independientemente de su sexo, para adaptarse a distintas condiciones socioecológicas.

El fenómeno del patriarcado

Para ilustrar la forma en que los dos modelos explican las diferencias de género, tomaremos como ejemplo el fenómeno del patriarcado, es decir, la diferencia, favorable a los hombres, en poder, estatus y acceso a los recursos.

Según la teoría biosocial, el patriarcado se produjo porque determinados desarrollos sociales, como la guerra, la agricultura intensiva y las actividades de producción que contribuyen a la acumulación de poder y a un mayor estatus social, están muy alejados de la actividad doméstica a la que la mujer se vio relegada por sus actividades reproductoras, que limitaban el tiempo y la energía que podía dedicar a tareas que requerían un duro entrenamiento y largas ausencias de casa. En las sociedades patriarcales existe un intenso esfuerzo socializador para lograr que los niños y las niñas sean psicológicamente diferentes, de forma que, cuando sean adultos, las mujeres se acomoden a sus roles más subordinados y los hombres a sus roles más dominantes.

Según la Psicología evolucionista, son las adaptaciones de los hombres para la competición por el éxito reproductor y por la adquisición de recursos lo que les dio un papel preponderante en la guerra y el control de la tecnología y la producción.

Algunos psicólogos evolucionistas sostienen que la raíz del patriarcado está en el control sexual de los hombres sobre las mujeres. Según ellos, las presiones de la selección sexual han hecho que los hombres estén especialmente preocupados por la paternidad (para asegurarse de que no malgastan la inversión que hagan en los hijos de su pareja), lo que les lleva a intentar controlar la sexualidad de las mujeres y a sentir celos sexuales.

En esta línea irían los resultados obtenidos en estudios realizados por psicólogos evolucionistas que muestran que, aunque tanto los hombres como las mujeres sienten celos, las situaciones que los provocan son distintas para unos y otras. Así, a los hombres les resulta más amenazante que su pareja tenga relaciones sexuales con otro hombre, mientras a las mujeres les afecta más que su pareja tenga relaciones de tipo afectivo con otra (Buss, Larsen, Westen y Semmelroth, 1992; puede encontrarse una exposición más detallada de esta investigación en Gaviria, 1999).

Esto crearía un doble estándar, que restringe la libertad sexual de las mujeres más que la de los hombres.

Por su parte, Wood e Eagly (2002) sostienen que la certeza sobre la paternidad sólo adquirió importancia cuando empezó a existir la herencia de la propiedad a través de la línea paterna, después de la aparición de la agricultura intensiva y la complejificación de la estructura social, y que el hecho de que en sociedades más simples esa preocupación no sea tan evidente demuestra que no se trata de una predisposición innata y universal.

Ya hemos indicado que el debate sobre el origen de las diferencias de género sigue abierto y no tiene visos de resolverse en un futuro próximo, dado que ambas perspectivas tratan de fundamentar sus argumentos con datos empíricos. Lo más inquietante es que muchos de esos datos son los mismos, aunque cada una los interpreta de acuerdo con sus propios postulados, como ocurre con el estudio transcultural realizado por Buss (1989) sobre las preferencias de hombres y mujeres en la elección de pareja en 37 culturas, datos que fueron reanalizados por Eagly y Wood (1999). Por supuesto, en ambos trabajos, los datos confirmaban las teorías de sus autores, quizá porque no son tan incompatibles como parecen a primera vista.

Como afirman Kenrick y Li (2000), quizá ha llegado el momento de dejar de discutir sobre si son más importantes las disposiciones heredadas o los roles sociales y abordar la cuestión de cómo los roles sociales y las disposiciones heredadas se limitan y se moldean mutuamente.

9.6 Variaciones en el contenido de los estereotipos de género: diferencias transculturales, influencia del contexto, subtipos, evolución temporal

¿Se mantiene estable el contenido de los estereotipos de género en todos los países? ¿Se aplican de manera rígida o depende del contexto? ¿Se aplican a todos los hombres y mujeres por igual? ¿Ha variado el contenido de los estereotipos de género a lo largo de los años? En este epígrafe trataremos de responder a estas cuestiones.

Uno de los estudios más ambiciosos para comprobar la posible variación de los estereotipos de género a través de las culturas fue el llevado a cabo por Williams y Best en 1990 en treinta naciones diferentes (véase el Cuadro 9.5).

Cuadro 9.5: *Diferencias culturales en estereotipos de género.*

En los estudios realizados con adultos, a los estudiantes universitarios de 27 países se les presentaba un listado de 300 adjetivos y se les solicitaba que indicaran si en su cultura cada uno de estos adjetivos estaba asociado más frecuentemente a los hombres, a las mujeres, o no tenían relación con el género. Los países en los que los estereotipos de hombres y mujeres eran más diferenciados fueron los Países Bajos, Finlandia, Noruega y Alemania, y en los que se encontraron menos diferencias entre ambos estereotipos fueron Escocia, Bolivia y Venezuela.

Como señalan Best y Williams (1997), los estereotipos de hombres y mujeres eran más diferentes en países protestantes que en católicos, en países más desarrollados y en países más individualistas en valores relacionados con el trabajo masculino.

No se hallaron efectos consistentes sobre la favorabilidad, es decir, en unos países el estereotipo masculino era más positivo (por ejemplo, Japón, Sudáfrica, Nigeria) y en otros lo era el femenino (por ejemplo, Italia, Perú, Australia).

Asimismo, los análisis revelaron:

- la existencia de seis adjetivos asociados a los hombres en todas las culturas investigadas: aventurero, enérgico, dominante, independiente, masculino y fuerte.
- la existencia de tres adjetivos asignados consistentemente a las mujeres en todas las culturas: sentimental, sumisa y supersticiosa.

Los autores identificaron otra serie de adjetivos asociados a los hombres o a las mujeres en la mayoría de las culturas.

No obstante, también existían importantes variaciones entre los países relacionadas con diferencias en tradición religiosa. Por ejemplo, en países católicos el estereotipo femenino era más favorable que en países protestantes, resultado consistente con el rol más importante de las mujeres en la tradición católica.

Fuente: Williams y Best (1990).

Aunque los resultados de esta investigación muestran que hay aspectos compartidos entre las diferentes naciones, a nuestro juicio, eso no nos puede llevar a defender una consistencia transcultural. Lo correcto es asumir que existen diferencias en los estereotipos entre diferentes culturas. Incluso, como veremos a continuación, los estereotipos también varían entre subgrupos dentro de una misma cultura y están ampliamente afectados por el contexto.

Los estudios de Monica Biernat y sus colegas inciden en cómo el contexto afecta a la aplicación de los estereotipos. Así, los resultados del estudio de Biernat y Manis (1994) revelan que en lugar de mantener estereotipos globales de que las mujeres son menos competentes que los hombres, los perceptores evalúan la competencia en un contexto específico: los hombres son

más competentes que las mujeres en tareas “masculinas”, y las mujeres son más competentes que los hombres en tareas “femeninas”. En un estudio posterior, Biernat y Kobrynowicz (1997) encontraron resultados similares: los participantes evaluaban a los supuestos candidatos a un trabajo de manera más favorable cuando su sexo “se ajustaba” al trabajo que habían solicitado. Como indican Biernat y Thompson (2002), en las últimas décadas la literatura psicosocial ha pasado de considerar los estereotipos como estructuras rígidas y rápidamente aplicables, a una visión de que los estereotipos son constructos flexibles, que están sujetos a cambios y a variaciones contextuales. Estos aspectos se recogen en el *Shifting Standards Model* (véase Biernat y Thompson, 2002, para una revisión del modelo y una comparación con otras perspectivas teóricas relevantes), que a su vez destaca que los estereotipos de género sirven como criterio de comparación. Es decir, un hombre es juzgado en relación a los hombres en general y lo mismo sucede con las mujeres (para un mayor desarrollo de este aspecto del modelo en castellano, véase Moya, 2003, pp. 182-184).

Otra variación importante en los estereotipos de género se refiere a la existencia de subtipos estereotípicos. Es decir, existen creencias sobre tipos particulares de hombres y mujeres. Por ejemplo, existen subtipos de mujeres entre los que se encuentran las amas de casa, las mujeres de carrera, las *sex-symbols*, las ejecutivas, las deportistas, las feministas. Entre los hombres algunos subtipos son los que incluyen deportistas, obreros y empleados de oficina, ejecutivos, machos (Deaux y La France, 1998). Las dimensiones de afecto y competencia cumplen una función importante en la evaluación de los subtipos. En general, los estereotipos de género caracterizan a los hombres como muy competentes pero poco afectivos, y a las mujeres como poco competentes, pero muy afectivas. Eagly y Mladinic (1993) mostraron que la mayor afectividad percibida de las mujeres genera el efecto “las mujeres son maravillosas”. Estos investigadores también demostraron que, aunque la competencia estereotípica de los hombres es admirada, estos rasgos, cuando se perciben en exceso, tienen un lado negativo —a los hombres se les considera con frecuencia muy competitivos, arrogantes y egoístas—.

Los estereotipos generales de hombres y mujeres sugieren un “cruce”: ser percibido como competente, pero no afectivo, o como afectivo, pero no competente. La competencia y la afectividad no son mutuamente excluyentes, pero cuando se trata de los estereotipos sobre hombres y mujeres ambas dimensiones están negativamente relacionadas (Spence y Buckner, 2000). Así, el estereotipo general de afectivas, pero incompetentes de las mujeres es consistente con el subtipo de mujeres tradicionales (por ejemplo, amas de casa), mientras que las percepciones de subtipos menos tradicionales básicamente invierten el estereotipo —las mujeres de carrera no son consideradas afectivas, sino competentes (Eagly, 1987; Glick, Diebold, Bailey-Werner y Zhu, 1997) y lo mismo ocurre con las feministas (MacDonald y Zanna, 1998)—. En esencia, las mujeres no tradicionales son estereotipadas como poseedoras (quizá exageradamente) de personalidades masculinas, perdiendo afectividad femenina y ganando competencia. Como consecuencia, pierden el afecto dirigido a las mujeres tradicionales, aunque a la vez ganan respeto. El problema de las mujeres no tradicionales es que lo negativo que procede de la competencia percibida puede ser mucho mayor que en el caso de los hombres que actúan de modo similar, porque mostrar competencia (especialmente con un estilo masculino, autoritario) rompe las prescripciones de la amabilidad femenina (Eagly, Makhijani y Klonsky, 1992; Rudman, 1998; Rudman y Glick, 1999).

Finalmente, respecto a la evolución en el contenido de los estereotipos de género, tanto en las descripciones que hacen las personas sobre los hombres y mujeres en general, como en

las autodescripciones, existe cierto debate en la literatura. Así, autoras como Spence (1999) señalan que los estereotipos de hombres y de mujeres se han mantenido básicamente igual durante las últimas tres décadas. Sin embargo, en nuestro país, Moya y Pérez (1990) en el trabajo mencionado anteriormente, encontraron que de 98 rasgos originalmente atribuidos la mitad a los hombres y la otra mitad a las mujeres, 59 eran más característicos de la mujer que del hombre y sólo 24 eran más propios del hombre que de la mujer. Concretamente, se encontró que, mientras que el estereotipo de la mujer incluía rasgos asociados tradicionalmente a los hombres, no hubo ninguna característica tradicionalmente femenina que se asociase a los hombres. En esta misma línea están los resultados de Twenge (1997). Este autor llevó a cabo un meta-análisis que incluía estudios norteamericanos realizados entre 1973 y 1993 con el BSRI y el PAQ. Encontró un aumento en la autoasignación de las mujeres de rasgos estereotípicamente masculinos, mientras que los hombres continuaban sin autoasignarse rasgos estereotípicamente femeninos.

Por tanto, en general, parece que el estereotipo de la mujer comienza a incluir rasgos masculinos, mientras que el estereotipo masculino no ha experimentado cambios importantes en las últimas décadas.

9.7 Efectos de los estereotipos de género

Bárbara Gutek (2001) realizó una comparación entre los contenidos de dos libros sobre las mujeres y el mercado laboral: *Mujeres y trabajo: una perspectiva psicológica* (Nieva y Gutek, 1981) y *Mujeres y hombres en las organizaciones: aspectos del sexo y el género en el trabajo* (Cleveland, Stockdale y Murphy, 2000). Su objetivo era investigar qué áreas se abordaban desde la perspectiva psicosocial hace 20 años y qué áreas ocupan un lugar central actualmente en este ámbito. La investigación sobre los estereotipos de género está clasificada por la autora como una cuestión a la que no se le prestaba atención y que, en la actualidad, ocupa un lugar central en el estudio de las mujeres y el mercado laboral. Concretamente, la investigación sobre los estereotipos que se ha realizado en los últimos 20 años ha puesto de manifiesto que los estereotipos son uno de los mecanismos principales que explican muchas de las experiencias de las mujeres en el mercado laboral. El libro de Cleveland, Stockdale y Murphy (2000) contiene un capítulo dedicado a numerosos aspectos en los que los estereotipos de género pueden afectar negativamente al desarrollo laboral de las mujeres (por ejemplo, la promoción, la evaluación del rendimiento, el acceso a recursos y apoyo, las expectativas de salario). A continuación, analizamos la influencia negativa de los estereotipos de género en un ámbito muy concreto: el acceso diferencial de las mujeres a la función directiva.

El acceso diferencial de las mujeres a puestos directivos

En la actualidad nadie pone en duda que la incorporación de las mujeres al mercado laboral ha experimentado un extraordinario desarrollo en las últimas décadas. Sin embargo, existen ámbitos donde el principio de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres aún no constituye un hecho. Uno de los ejemplos más patentes de la persistencia de la desigualdad lo constituye el diferente grado de ocupación de puestos de decisión y cargos de responsabilidad por parte de hombres y mujeres en distintos ámbitos y organizaciones, hecho que, con mayor o menor incidencia, ocurre en casi todos los países. Desde hace varios años, y en diferentes lugares, se viene constatando la existencia del denominado techo de cristal: un término

acuñado a finales de los años ochenta para designar una barrera invisible que impide a las mujeres cualificadas, como grupo, alcanzar puestos de responsabilidad en las organizaciones en las que trabajan (Morrison, White y Van Velsor, 1987).

Para comprender cómo los estereotipos de género subyacen al techo de cristal es necesario introducir una idea clave. Nos referimos a la existencia de un estereotipo persistente que asocia la función directiva con cualidades estereotípicamente masculinas. Aunque existen numerosos trabajos que evidencian que la “buena dirección” está tipificada de modo masculino, a nuestro modo de ver, los realizados por Virginia Schein son los más clarificadores y representativos. Esta autora comenzó sus investigaciones aplicando un cuestionario (SDI, *Schein Descriptive Index*; Schein, 1973) que medía hasta qué punto 92 descripciones eran características de las mujeres, de los hombres, o de las personas que ocupan un puesto directivo medio con éxito. Sus trabajos iniciales pusieron de manifiesto que las características, actitudes y comportamientos asignados a las personas que desempeñan un puesto directivo coincidían con las asignadas a los hombres, y diferían de las asignadas a las mujeres. Estos resultados se han replicado en diferentes países (por ejemplo, Alemania, Gran Bretaña, China, EE.UU., Japón), con diferentes muestras (por ejemplo, hombres y mujeres directivos, estudiantes de dirección) y en diferentes momentos (desde 1973 hasta la actualidad). En todos ellos se ha demostrado que las mujeres poseen en menor medida que los hombres las cualidades necesarias para el éxito directivo (para una mayor descripción de estos trabajos, véase Schein, 2001). La consistencia de los resultados ha llevado a la autora a denominar este fenómeno *think manager-think male*. No obstante, Schein (2001) observó un cambio en la percepción del liderazgo hacia una perspectiva más andrógina entre las mujeres en Estados Unidos, lo cual puede ser, como señala la autora, un barómetro de cambio. El estudio llevado a cabo recientemente por Sczesny (2003) en Alemania demuestra también este progreso.

El segundo punto de inflexión en la literatura para poner de manifiesto las consecuencias de la estereotipia de género en el acceso de las mujeres a puestos directivos lo constituye el *Modelo de falta de ajuste* (Heilman, 1983; 1995; 2001). De manera simplificada, según este modelo, los aspectos descriptivos de los estereotipos de género facilitan que las mujeres sean peor evaluadas que los hombres porque las cualidades estereotípicamente femeninas (por ejemplo, sumisión, debilidad) no se ajustan a las cualidades necesarias para desempeñar eficazmente trabajos directivos (por ejemplo, agresividad, competitividad). Esto genera expectativas de fracaso sobre el trabajo de las mujeres, y tales expectativas actúan como “profecías autocumplidas”. De este modo, aunque el trabajo de una mujer sea excelente, los evaluadores realizan distorsiones cognitivas que les permiten “ver precisamente lo que esperan ver”. Como consecuencia, no reconocen la competencia de las mujeres, sino que devalúan sus logros o atribuyen las causas de su éxito a factores diferentes a sus habilidades y capacidades (por ejemplo, la suerte).

Hay casos, sin embargo, en los que el éxito de una mujer es innegable. Desafortunadamente, los estereotipos de género de nuevo facilitan que las mujeres reciban peores evaluaciones que los hombres. Ahora es el componente prescriptivo de los estereotipos el que interviene determinando cómo deberían ser las mujeres. Las mujeres competentes y que desempeñan con éxito trabajos masculinos muestran una conducta inconsistente con muchas creencias mantenidas socialmente acerca de la conducta femenina deseable. Como consecuencia, son desaprobadas y sancionadas (por ejemplo, desaprobación personal en forma de rechazo), dando lugar a juicios y decisiones que obstaculizan el avance de mujeres competentes (véase el Cuadro 9.6).

Cuadro 9.6: *El caso de Ann Hopkins.*

Ann Hopkins era una contable a la que se denegó la participación en los beneficios en Price Waterhouse, una importante empresa. Fue excluida, a pesar de su brillante desempeño, bajo la excusa de que “no era suficientemente femenina” y de una supuesta carencia de habilidades sociales, tal como consta en el informe del conocido caso *Price Waterhouse vs. Hopkins*, 1989.

Según la empresa, Hopkins tenía “problemas de habilidades interpersonales”, se comportaba como un “macho” y necesitaba un “curso de encanto”. Incluso uno de sus subordinados le advirtió que “debía andar, hablar y vestirse de modo más femenino” (Fiske, Bersoff, Borgida y Deaux, 1991). Estos argumentos resultan claramente ridículos, más si tenemos en cuenta que Hopkins era competente, ambiciosa y tenaz. Asimismo, recibía excelentes evaluaciones de sus clientes y llegó a facturar más horas que cualquiera de los candidatos restantes a la sociedad. Sin embargo, el comportamiento de Hopkins no era consonante con la conducta femenina deseable, lo que propiciaba la desaprobación en su trabajo.

Por tanto, cuando las mujeres ocupan posiciones de prestigio y poder se encuentran en clara desventaja respecto a los hombres. Así, si existe alguna ambigüedad sobre su competencia, es muy probable que sean consideradas incompetentes, y si su competencia es incuestionable, suelen ser rechazadas socialmente. Ninguna de estas reacciones facilita el avance de las mujeres a los puestos elevados de las organizaciones. De este modo, los estereotipos de género pueden excluir de su camino incluso a las mujeres más competentes que tratan de alcanzar puestos elevados.

Estas ideas acerca de la influencia que ejercen los estereotipos de género en el acceso de las mujeres a puestos de liderazgo se han articulado en una propuesta teórica desarrollada por Eagly y Karau (2002), la *Teoría de congruencia de rol del prejuicio hacia líderes femeninos*. La teoría da un paso más respecto a anteriores análisis al postular de forma concreta las dos formas de prejuicio derivadas de la incongruencia entre los estereotipos de género y el liderazgo. Asimismo, especifica factores y procesos clave que influyen en las percepciones de congruencia y señala sus consecuencias para el prejuicio y las conductas prejuiciosas. Dado que el lector puede revisar ampliamente esta teoría en castellano (Morales y Cuadrado, 2004), presentaremos aquí únicamente sus aspectos más destacados.

Según Eagly y Karau (2002), la incongruencia percibida entre las características estereotípicamente femeninas y las del rol de liderazgo dan lugar a dos formas de prejuicio hacia las mujeres líderes. Por una parte, se evalúa de forma menos favorable a las mujeres líderes que a los hombres líderes, como resultado de la aplicación de una norma descriptiva, en concreto, la mayor estereotipicidad masculina del liderazgo. Por otra parte, la conducta de liderazgo realmente desplegada por las mujeres se evalúa de forma menos favorable que la desplegada por los hombres. Aquí nos encontramos con una norma prescriptiva: la conducta de liderazgo de las mujeres se considera menos deseable que la de los hombres. Es importante aclarar que este prejuicio no surge ni de la antipatía hacia las mujeres en general, ni de la admiración hacia los hombres en general, sino de actitudes construidas en un contexto social particular. Así, hombres y mujeres tienden a ser víctimas de prejuicio en aquellos roles para los que se percibe que no están cualificados en función de cualidades estereotípicas de género (Eagly, 2004).

Estas dos formas de prejuicio se traducen en actitudes menos favorables hacia las mujeres líderes que hacia los hombres líderes. Explican, además, un menor acceso de las mujeres a roles de liderazgo y generan más obstáculos que se interponen en el camino hacia un desempeño adecuado de tales roles.

La teoría también destaca los cambios que serían necesarios para fomentar el acceso de las mujeres a puestos de liderazgo (para un análisis detallado de este aspecto, véase Eagly, 2003).

En primer lugar, la redefinición de las cualidades requeridas para desempeñar roles de liderazgo: características andróginas y femeninas, no sólo masculinas. En segundo lugar, la adopción por parte de las mujeres de atributos agénticos y otras cualidades masculinas consistentes con su entrada en el mercado laboral. Finalmente, la utilización de las mujeres líderes competentes de estilos andróginos de liderazgo, para evitar la incongruencia aún existente entre los roles de liderazgo y el rol de género femenino.

Cuadro 9.7: *Cambios en los estereotipos de género automáticos.*

Dos estudios llevados a cabo recientemente por Dasgupta y Asgari (2004) revelan que las *creencias estereotípicas automáticas* de las mujeres sobre su endogrupo pueden ser socavadas si en un contexto concreto las mujeres ocupan roles de liderazgo contraestereotípicos de manera frecuente. Sus datos sugieren que pequeños cambios en las ocupaciones de hombres y mujeres en la sociedad, en un periodo relativamente corto de tiempo, pueden tener un poderoso impacto en el cambio de los estereotipos. Los resultados también sugieren que estos cambios se producirían principalmente en las creencias no conscientes, más que en las conscientes.

La aplicación de estos resultados a la teoría de Eagly y Karau (2002) permite a los autores argumentar que es muy poco probable que los perceptores sean conscientes de que la incongruencia es la razón por la que una mujer sea menos adecuada para desempeñar un rol de liderazgo que un hombre, o que sea la causa por la que se evalúa a un líder como más deficiente en habilidades interpersonales si esa persona es una mujer que si es un hombre.

Por tanto, sugieren que los cambios en los estereotipos de género automáticos que demuestran sus estudios disminuirían la incongruencia entre los roles de liderazgo y los de género, aumentando de este modo el acceso de las mujeres a roles de liderazgo.

Estos cambios son necesarios teniendo en cuenta el trabajo de Agars (2004), en el que demuestra cómo los estereotipos de género impiden el acceso de las mujeres a puestos elevados en las organizaciones. Concretamente, su análisis evidencia que la literatura organizacional no ha prestado suficiente atención a los poderosos efectos de la estereotipia de género en la distribución desigual de hombres y mujeres en puestos elevados en las organizaciones. Según este autor, considerar el efecto de los estereotipos de género de modo acumulativo permite comprobar su impacto real en las organizaciones. Para ello, realiza un interesante examen de este efecto sobre las mujeres en una organización hipotética, demostrando que contribuyen en alto grado a la infrarepresentación de las mujeres en posiciones directivas.

El sexismo hacia las mujeres

Los estereotipos de género legitiman y justifican la discriminación de las mujeres. En la actualidad la discriminación abierta ya no es legal y, además, no es deseable socialmente mantener actitudes sexistas. Sin embargo, esto no significa que el sexismo hacia las mujeres haya desaparecido. Al igual que ocurre con el racismo, simplemente ha adquirido nuevas formas de expresión.

El mejor exponente de la coexistencia de las nuevas y viejas formas de sexismo lo constituye la *Teoría de sexismo ambivalente* (véase, por ejemplo, Glick y Fiske, 2001), según la cual el sexismo puede ser hostil y benévolo. Según estos autores, el *sexismo hostil* hace referencia al sexismo tradicional, basado en una supuesta inferioridad de las mujeres como grupo. El *sexismo benevolente* expresa un deseo por parte de los hombres de cuidar de las mujeres, protegerlas, adorarlas y “situarlas en un pedestal”. Es un tipo de prejuicio hacia las mujeres basado en una visión estereotipada y limitada de la mujer, pero con un tono afectivo positivo

y unido a conductas de apoyo. Estas características aumentan la dificultad de detectarlo y, en consecuencia, de intervenir sobre él.



Según los autores, existen una serie de variables con implicaciones importantes para el contenido de ideologías de género hostiles y benevolentes (véase el Cuadro 9.8).

Cuadro 9.8: Variables implicadas en el sexismo hostil y benévolo.



Susan Fiske



Peter Glick

La primera variable es el *patriarcado*, o poder estructural masculino. En las actitudes hacia las mujeres, la manifestación ideológica del patriarcado es el *paternalismo*, la justificación de la dominancia masculina. Según la distinción establecida por Glick y Fiske (2001), el lado hostil del paternalismo es el *paternalismo dominante* y el lado benévolo el *paternalismo protector*.

El *paternalismo dominante* consiste en la creencia de que los hombres deberían tener más poder que las mujeres y el consiguiente temor de que las mujeres puedan usurpar el poder de los hombres. Esta expresión podemos encontrarla tanto en el ámbito público (por ejemplo, las mujeres son objeto de más discriminación en el trabajo), como en el privado (por ejemplo, la creencia de que el hombre en una pareja heterosexual debe tomar las decisiones más importantes).

El *paternalismo protector* hace referencia a la percepción de que los hombres deben proteger y mantener a las mujeres que dependen de ellos. Esto se extiende a las relaciones de género, tanto públicas (por ejemplo, las mujeres deben ser atendidas antes que los hombres en las emergencias), como privadas (por ejemplo, el hombre de la casa es el principal sostén y protector de la familia).

La segunda variable es la diferenciación existente entre hombres y mujeres. Esta diferenciación tiene un componente hostil (*diferenciación de género competitiva*) y otro benévolo (*diferenciación de género complementaria*). La *diferenciación de género competitiva* consiste en la creencia subyacente de que, como grupo, las mujeres son inferiores a los hombres en dimensiones relacionadas con la competencia. De este modo, los hombres hacen comparaciones de superioridad con las mujeres que justifican su poder y aumentan su autoestima colectiva. La *diferenciación de género complementaria* se basa en que los roles convencionales de las mujeres complementan y cooperan con los de los hombres. Así, el trabajo de las mujeres en la casa les permite a los hombres concentrarse en sus carreras. Esta complementariedad lleva a la creencia de que las mujeres son el “mejor sexo”, pero sólo en roles convencionales de género, de menor estatus.

Continúa

La última variable es la *heterosexualidad*, que también presenta un componente *hostil* y otro *benévolo* (el de *intimidad*). Así, la *hostilidad heterosexual* se basa en la categorización grupal, que produce favoritismo endogrupal y competición intergrupal, generando hostilidad hacia el exogrupo. Incluye la creencia de que las mujeres son “peligrosas y manipuladoras” para los hombres. El lado *benévolo*, la *intimidad heterosexual*, está basado en la complementariedad y cooperación intergrupal, que conducen a una mayor intimidad con el exogrupo. Tanto hombres como mujeres consideran que las “mujeres son maravillosas” porque los rasgos “comunales-expresivos” asociados con las mujeres se consideran positivos.

Así, el sexismo benevolente de los hombres expresa un deseo de cuidar de las mujeres, protegerlas, adorarlas y situarlas en un pedestal, pero a pesar de su aparente favorabilidad, tal y como señalan Glick y Fiske (2001), también es problemático por varias razones. Primero, porque apoya el sistema sexista. Segundo, porque las evaluaciones positivas que elicitaba el sexismo benevolente están dirigidas selectivamente hacia las mujeres que aceptan roles femeninos convencionales (por ejemplo, amas de casa). Y, finalmente, porque las creencias de las propias mujeres en el sexismo benevolente favorecen que ellas mismas acepten los actos sexistas, especialmente cuando las acciones discriminatorias están justificadas por motivos aparentemente benévolo (por ejemplo, “esto es por tu propio bien” o “para tu propia protección”) u ocurren en el ámbito de las relaciones íntimas.

Cuadro 9.9: Ideologías justificadoras del sexismo hostil y benevolente.

Sexismo hostil	Sexismo benevolente
Paternalismo dominante	Paternalismo protector
Diferenciación de género competitiva	Diferenciación de género complementaria
Hostilidad heterosexual	Intimidad heterosexual

Por tanto, aunque el sexismo hostil es una orientación subjetivamente negativa hacia las mujeres, mientras el sexismo benevolente es una orientación subjetivamente positiva, ambas formas de sexismo tienen como finalidad última legitimar y reforzar la posición subordinada de las mujeres, es decir, la desigualdad de género. Como hemos podido comprobar, son creencias estereotipadas de género las que subyacen al mantenimiento de esta desigualdad.

Estrategias para afrontar la ambivalencia

Ahora bien, ¿cómo resuelve un hombre el conflicto psicológico que genera la ambivalencia? Imaginemos los sentimientos conflictivos que puede tener un hombre hacia un ama de casa que defiende perspectivas feministas o hacia una mujer atractiva sexualmente que desempeña una profesión en la que tiene mucho poder. Esta cuestión, a nuestro juicio, es relevante y refleja ciertos contenidos expuestos en el presente capítulo. Según Glick y Fiske (2001), la ambivalencia se resuelve de dos modos. En primer lugar, se divide el objeto de actitud (es decir, la mujer) en múltiples objetos de actitud (subtipos de mujeres) a las que evalúan de modo diferente. Así, los sentimientos ambivalentes se resuelven dirigiendo afecto positivo y negativo hacia diferentes tipos de mujeres. De este modo, es psicológicamente consistente amar a algunas mujeres (por ejemplo amas de casa) y despreciar a otras (por ejemplo feministas). El problema que genera esta opción es que no todas las mujeres encajan fácilmente

en estas categorías. Los autores piensan, además, que es poco probable que la división de las mujeres en subtipos polarizados capte toda la esencia de las actitudes sexistas de los hombres hacia las mujeres.

La segunda estrategia utilizada por los sexistas para resolver las actitudes conflictivas hacia las mujeres se pone en marcha cuando consideran un tipo específico de mujer. En este caso, distinguen entre diferentes dimensiones de evaluación (por ejemplo, competencia *vs.* afecto). Así, las personas sexistas evalúan negativamente a las mujeres no tradicionales o poderosas, pero a la vez las respetan (aunque con antipatía) por ser competentes. Y a la inversa, a las mujeres tradicionales o subordinadas, a pesar de percibir las de forma afectuosa, las evalúan como incompetentes. El estudio de Glick y cols. (1997) muestra dos resultados que apoyan la adopción de esta estrategia. Respecto a las mujeres de carrera, los sexistas hostiles las percibían competentes, profesionales y muy trabajadoras (igual que los no sexistas), pero también como egoístas, codiciosas, frías y agresivas, e informaban de emociones hacia ellas de temor, envidia, intimidación y competitividad. En el caso de las mujeres tradicionales (amas de casa), los sexistas hostiles las percibían con calidez y confianza (igual que los no sexistas), y experimentaban hacia ellas emociones positivas, pero a la vez las percibían como incompetentes.

Ambas estrategias evitan la forma más disonante de ambivalencia, es decir, mantener actitudes conflictivas sobre el mismo tipo de mujer en una dimensión específica. Sin embargo, como la interacción no ocurre con estereotipos, sino con mujeres individuales que pueden combinar características de diferentes categorías, es bastante probable que los hombres sexistas experimenten sentimientos ambivalentes hacia mujeres en particular, especialmente hacia aquellas con las que mantienen las relaciones más íntimas. El ejemplo más ilustrativo y extremo son los “periodos de luna de miel” que siguen a un acto de violencia de género.

En definitiva, los individuos sexistas evalúan negativamente a las mujeres porque mantienen creencias estereotipadas hacia ellas —que pueden tener un tono hostil, benévolo o ambivalente—. Como en cualquier otra actitud, se traduce en un tratamiento discriminatorio cuya finalidad última es legitimar la posición subordinada de la mujer, y que en su forma más extrema llega al punto de la desafortunada y cotidiana violencia de género.

Discriminación contra los hombres

Hasta el momento hemos puesto de manifiesto cómo los estereotipos de género legitiman un trato discriminatorio a las mujeres. Esto no quiere decir que no actúen también en detrimento de los hombres, sólo que la tradicional posición subordinada de las mujeres en la sociedad ha ocasionado que sean objeto de discriminación en mayor medida. Sin embargo, también los hombres sufren discriminación por motivos relacionados con el género. Por ejemplo, cuando los padres se separan, la ley asume que es la madre la que cuidará y protegerá al hijo. No debemos pasar por alto cómo las características estereotípicas atribuidas tradicionalmente a hombres y mujeres convierten en “más aptas” a éstas últimas para el cuidado de los hijos. Otro caso paradigmático lo constituye la Ley Integral contra la Violencia Doméstica. Esta ley adopta medidas como la mayor penalización para los hombres que para las mujeres por la misma conducta. De nuevo, los estereotipos de género favorecen la percepción de una mayor debilidad y vulnerabilidad de las mujeres que, en este caso, perjudica penalmente a los hombres. La cuestión de inconstitucionalidad planteada el 1 de marzo de 2006 por D. Eloy Velasco Núñez, Magistrado Juez del Juzgado de Instrucción 24 de Madrid, contra la redacción de la Ley de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género del Código Penal, ilustra perfectamente esta situación.

En el Cuadro 9.10 se exponen muy brevemente algunos de los argumentos propuestos por el Magistrado que evidencian la discriminación contra los hombres en la citada ley.

Cuadro 9.10: *Discriminación contra los hombres en la Ley de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género.*

Castigar una acción (coaccionar):

- siempre como delito si se realiza sobre una persona de un sexo (femenino), y
- siempre como falta si es del sexo contrario (masculino)

es discriminatorio y contrario al principio de igualdad del Art. 14 de la Constitución Española.

Lo mismo cabe decir de castigar la misma acción (maltratar o amenazar) siempre como delito, pero imponer más pena a la hecha sobre la mujer que a la hecha sobre el hombre.

El Tribunal Constitucional admite la licitud de tratos desiguales en casos realmente desiguales siempre que tengan un fundamento razonable.

Pero el atentado contra la integridad física o contra la libertad de la mujer, por el mero hecho de serlo, lejos de constituir una discriminación positiva a favor de la mujer, constituye una simple discriminación negativa contra el hombre.

La Ley presume la vulnerabilidad de la mujer, llevando a la conclusión, no aceptable, de la vulnerabilidad de cualquier mujer. Habrá mujeres que lo sean y mujeres que no. Generalizar el desvalimiento para el total de un sexo o erigir al colectivo de mujeres en víctimas “sensibles” o “especialmente más protegibles”, supone, por pasiva y por exclusión, discriminar al sexo contrario, al que se deja en vía penal menos protegido ante las mismas acciones con la misma antijuricidad y culpabilidad, pero con penalidad desproporcionadamente muy diferente.

El delito de violencia doméstica se aplicaría mayoritariamente a hombres, aunque la ley no mencionara a la víctima mujer, porque esa es la realidad casi de 9 a 1. El valor de la Justicia no debe rebajarse para tranquilizar la alarma social que, con toda razón, genera la violencia sexista, y luchar por los derechos de la mitad de la población no puede suponer entrar en contradicción con lo que defiende, infravalorando los derechos de la otra mitad.

Más que separar y diferenciar para mantener enfrentamientos entre los dos sexos, hay que formular leyes integradoras que valgan para todas las personas por igual por el mero hecho de serlo y no las trate como objetos sexuados, ya que la diferencia de penalidad por razón del sexo no es razón para imponer una pena distinta en un mismo delito.

9.8 Conclusiones

Las principales conclusiones que se extraen de los contenidos presentados a lo largo de este capítulo pueden estructurarse en los siguientes puntos:

- Los estereotipos de género son un conjunto de creencias sociales referidas a rasgos de personalidad, roles, características físicas y ocupaciones que se aplican a hombres y mujeres de forma generalizada.
- Estas creencias no sólo son descriptivas, sino que, debido al componente prescriptivo, las descripciones estereotipadas se convierten en normativas, es decir, los estereotipos de género cumplen de este modo una función de mecanismo de control que determina lo que es normal, lo que es aceptable y lo que se desvía de la norma.
- Los estereotipos de género pueden surgir de la observación de hombres y mujeres en diferentes roles sociales que les confiere distintas conductas y rasgos de personalidad, o, alternativamente, de un intento de racionalizar, justificar o explicar la división sexual del trabajo. Esta función de justificación social de los estereotipos de género ha sido ampliamente documentada en la literatura y se deriva básicamente del componente prescriptivo.

- A pesar de su resistencia al cambio, pueden existir ciertas variaciones en el contenido de los estereotipos de género de un país a otro, de un contexto a otro, de un momento temporal a otro y en función de subtipos de hombres y mujeres.
- Debido a los estereotipos de género y a su influencia en las evaluaciones en el entorno laboral, ser competente no asegura el avance de una mujer a la misma posición organizacional que un hombre con el mismo desempeño.
- Los estereotipos de género sustentan el sexismo ambivalente, es decir, la actual coexistencia de formas hostiles y benévolas de sexismo.

9.9 Resumen

A lo largo de este capítulo se han presentado una serie de contenidos que podemos agrupar en dos amplios bloques.

En el primero se ha tratado de ofrecer al lector una exposición de los aspectos más destacados de los estereotipos de género. Para ello, los hemos definido, nos hemos detenido en sus componentes, dimensiones y funciones, con objeto de captar su complejidad. También se ha abordado en estas páginas el origen de la formación de los estereotipos de género y su ineludible variación en función de diversos aspectos contextuales y temporales.

El objetivo del segundo bloque ha sido poner de manifiesto los poderosos efectos de los estereotipos de género. Así, hemos comprobado cómo las dimensiones descriptivas y prescriptivas de dichos estereotipos permiten explicar y justificar por qué las mujeres no son promovidas a posiciones directivas de poder y prestigio organizacional. Con ello se evidencia su función de mantenimiento del *statu quo*. Las consecuencias directas de la influencia de los estereotipos de género en el ejercicio del liderazgo de las mujeres pueden resumirse en tres: la existencia de actitudes menos favorables hacia las mujeres, la mayor dificultad que encuentran las mujeres para alcanzar roles de liderazgo, y la mayor dificultad para ser reconocidas como líderes eficaces. Asimismo, en este segundo bloque hemos comprobado cómo las creencias estereotípicas de género subyacen al mantenimiento de ideologías sexistas, no sólo hacia las mujeres, sino también hacia los hombres.

Términos de glosario

Dimensión descriptiva de los estereotipos de género

Dimensión prescriptiva de los estereotipos de género

Estereotipia de ocupaciones

Estereotipia de rasgo

Estereotipia de rasgos físicos

Estereotipia de rol

Estereotipos de género

Género

Rasgos expresivos/comunales

Rasgos instrumentales/agentes

Sexismo benevolente o benévolo

Sexismo hostil

Sexo

Subtipos estereotípicos

Techo de cristal

Lecturas y otros recursos recomendados

Cuadrado, I., Navas, M. y Molero, F. (2006). *Mujeres y liderazgo. Claves psicosociales del Techo de Cristal*. Madrid: Sanz y Torres.

Esta obra realiza un análisis psicosocial del limitado acceso de las mujeres a puestos de dirección. Se examinan ampliamente el liderazgo, la situación laboral de las mujeres, los estilos de liderazgo y los estereotipos de género con objeto de indagar en los factores psicosociales que pueden explicar la existencia del techo de cristal. Asimismo, se presenta una investigación en la que se tienen en cuenta todos estos factores, y elementos de reflexión acerca del acceso igualitario de mujeres a puestos de responsabilidad.

Morales, J. F. y Cuadrado, I. (2004). La psicología y el acceso de la mujer a la función directiva. *Revista de Psicología General y Aplicada*, 57 (2).

Este monográfico presenta una serie de trabajos de investigadores españoles que, desde diferentes perspectivas y con distintas metodologías, analizan las variables psicosociales que dificultan el acceso de las mujeres a puestos elevados, con especial atención a los estereotipos de género.

Moya, M. C. (2003). El análisis psicosocial del género. En J. F. Morales y C. Huici (Dirs.), *Estudios de Psicología Social* (pp. 175-222). Madrid: UNED.

Capítulo en el que se realiza una detallada revisión de los trabajos sobre estereotipos de género, identidad de género e ideología de género. Asimismo, el autor aborda las diversas formas de sexismo, tanto tradicionales como actuales.

<http://www.mtas.es/mujer>

Este enlace corresponde al sitio web oficial del Instituto de la Mujer. La finalidad de esta institución es, por un lado, promover y fomentar las condiciones que posibiliten la igualdad social de ambos sexos y, por otro, la participación de la mujer en la vida política, cultural, económica y social. Por tanto, en esta página encontrará información relevante y actualizada sobre estas cuestiones.

<http://www.fundacionmujeres.es>

En esta página encontrará numerosa información acerca de las áreas de trabajo, servicios y proyectos de la Fundación Mujeres. Se trata de una Organización No Gubernamental especializada en el campo de la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres desde el año 1994. Trabaja desarrollando proyectos y actividades de ámbito europeo, nacional, autonómico y local, y colabora con responsables de instituciones autonómicas y locales en la búsqueda de financiación para su desarrollo.

Percepción de personas y de sus acciones

Miguel Moya y Francisca Expósito

Objetivos

El objetivo general consiste en encontrar respuestas a una serie de preguntas como las siguientes: imagínese que acaba de llegar a una fiesta universitaria en la que no conoce a nadie. Nada más llegar, una persona se acerca y pretende iniciar una conversación. ¿Cómo reaccionará Vd.?, ¿responderá a la incitación de conversación?, ¿se mantendrá en silencio?, ¿se sentirá Vd. incómodo o agradecido porque alguien se le acerca?, ¿por qué cree que esa persona quiere conversar con Vd.? Las respuestas a estas preguntas, y a otras muchas que nos podemos hacer en una situación similar, dependerán de multitud de factores, algunos de los cuales serán tratados en el presente capítulo.

Un objetivo específico consistirá en mostrar cómo nuestra reacción ante quien se acerca dependerá de diferentes señales no verbales que observemos en su comportamiento, así como del diagnóstico de su estado de ánimo. De esta manera, nuestra respuesta variará según estimemos que la persona se encuentra angustiada, feliz, eufórica, triste, entre otras posibilidades.

Otro objetivo será poner de relieve la importancia de la manera en que nos formamos una (primera) impresión sobre esa persona, una imagen relativamente coherente, para lo cual integramos la diferente información que hemos recogido en esos primeros instantes de interacción: su aspecto físico, vestimenta, forma de hablar, atractivo, y similares.

Finalmente, otro objetivo será intentar averiguar las causas de su conducta (atribuciones causales). Podemos pensar, por ejemplo, que su acercamiento es intencionado o totalmente azaroso, debido a causas inestables (esa persona se comporta así porque está en una discoteca, pero fuera de ella su comportamiento será diferente) o a causas estables (nos da la impresión de que esa persona se comporta siempre así), a causas externas al propio individuo (está en una fiesta) o internas (es extrovertido).

10.1 Introducción

Los tres procesos mencionados (reconocimiento de emociones, formación de impresiones, interpretación de la conducta) han tenido una importancia crucial en la evolución de nuestra especie y la tienen en nuestra “supervivencia” (entendida en sentido amplio) como individuos, pues esta supervivencia pasa por una adecuada percepción del medio físico y sobre todo social: las demás personas. Nuestros sentimientos, pensamientos y conductas respecto a las personas que percibimos dependerán de estos procesos que acabamos de mencionar.

Si se reflexiona sobre el ejemplo anterior, se puede ver que nuestra respuesta en la situación planteada será correcta o adecuada —y no nos acarreará consecuencias negativas— en función de la certeza de nuestra percepción. Imaginemos por un momento lo embarazoso que resultaría no captar determinadas insinuaciones sexuales lanzadas por la otra persona, o lo perjudicial de pasar por alto ciertos indicios que muestren su intención de robarnos. Cotidianamente necesitamos predecir la conducta, sentimientos, pensamientos y reacciones de las demás personas, sobre todo cuando nos afectan.

La *percepción de los demás* comprende (Bruner, 1958) dos procesos:

- la selección, interpretación y resumen del enorme caudal de datos que recibimos; por ejemplo, podemos resumir gran parte de la información recibida (modo de hablar de la persona que se nos acerca, su vestimenta, conversación, y otros aspectos por el estilo) en el atributo cordial, y olvidar muchos de los otros pequeños detalles.
- Ir más allá de la información obtenida, con el fin de predecir acontecimientos futuros. Contrariamente a lo que mucha gente piensa, percibir a los demás no es una simple tarea de grabación, en la que se registra la realidad tal y como es, sino que es un proceso activo por parte de quien percibe, complejo, en el que influyen las estructuras mentales del perceptor, así como sus motivaciones y valores.

10.2 Comunicación no verbal

Cuando percibimos a otra persona, un aspecto importante que contribuye a la impresión que nos formamos es su conducta verbal: qué dice y cómo lo dice. Sin embargo, tan importante o más para esta impresión puede ser la *conducta no verbal*, que comprende todas las características de la interacción que no son palabras (DePaulo y Friedman, 1998, p. 3): señales vocales (tono e inflexión de la voz), expresión facial, mirada, distancia interpersonal, tocamientos, gestos y similares.

Son varias las características de las conductas no verbales (Fiske, 2004):

- Están muy vinculadas al afecto y a las emociones, de ahí que nos fijemos en estas señales no verbales para intentar diagnosticar la emoción o el estado de ánimo momentáneo de la persona percibida.
- La mayoría de la gente cree que son incontrolables y no intencionales y, por tanto, que las conductas no verbales son expresión genuina de los sentimientos e intenciones de los demás (más que las conductas verbales).
- La conducta no verbal precede a la conducta verbal en el desarrollo humano (los niños la aprenden antes que el lenguaje).
- Por último, la conducta no verbal es relativamente ambigua, al menos más que la conducta verbal.

Formas básicas de comunicación no verbal

Aunque como hemos indicado, son muchas las conductas no verbales posibles, nosotros las hemos agrupado en dos grandes bloques, atendiendo a su contenido y a la investigación que han suscitado: *expresión emocional* de una parte y *movimientos físicos*, de otra.

La expresión (facial) de emociones

Si bien las emociones y el estado de ánimo momentáneo pueden expresarse (y reconocerse en los demás) a través de muchas vías, como la postura corporal o el tono de voz, ocupa un lugar privilegiado el estudio de la expresión y el reconocimiento de emociones en el rostro humano.

Seis emociones básicas diferentes (véase Ekman y Oster, 1981; Fernández-Dols, 1999) parecen expresarse de forma clara en el rostro:

- Ira
- Miedo
- Alegría
- Tristeza
- Sorpresa
- Asco

Ekman y Friesen (1969) han postulado una séptima expresión, la de desprecio (*contempt*), pero su universalidad es objeto de debate (Russell, 1991).

Estas expresiones faciales emocionales serían *universales* y reflejan emociones *innatas*. La expresión universal tendría su reflejo en el reconocimiento universal, es decir, cualquiera de nosotros reconocería al menos esas seis emociones básicas en cualquier rostro humano, fuera de la cultura que fuese.

Las investigaciones que han corroborado la universalidad de las emociones han seguido el plan de trabajo ya propuesto por Darwin y se han concentrado en tres áreas: comparaciones transculturales, recién nacidos y personas invidentes de nacimiento. Si personas que pertenecen a otra cultura o que no han podido aprender las expresiones emocionales (por ser ciegos de nacimiento o por su extremada juventud) muestran expresiones comparables a las del occidental adulto y son capaces de reconocerlas, esto indicaría que tales comportamientos son fenómenos innatos y universales. Una revisión más detallada de estos trabajos, algunos de ellos realizados en España, puede encontrarse en Fernández-Dols, Iglesias y Mallo (1990).



No obstante, la universalidad de la expresión emocional no excluye la importancia de los factores situacionales y culturales. Esto es, aunque las expresiones faciales pueden revelar mucho sobre las emociones, nuestros juicios también se ven afectados por el contexto en el que aparecen dichas expresiones faciales (Carroll y Russell, 1996). Piense, por ejemplo, que el rostro de una persona que acaba de perder a un ser querido y el de otra que acaba de ganar una medalla de oro olímpica pueden ser muy semejantes, y es el contexto el que nos hace interpretar la primera emoción como tristeza y la segunda como alegría. Por otra parte, el propio Ekman (1972) reconoce que si la situación implica reglas sociales (denominadas *reglas de exhibición*) que hacen inconveniente una determinada expresión, la persona puede conscientemente atenuarla, sustituirla por otra u ocultarla tras un rostro neutro. Por ejemplo, los japoneses no suelen expresar emociones negativas en público (aunque sí en privado) y las sustituyen por una sonrisa.

Tampoco debemos perder de vista la importancia que la expresión facial emocional tiene en la interacción social (Fridlund, 1991a, 1991b). Así, por ejemplo, Darwin (1984) comentaba que un niño sonríe ante la persona que le ofrece un caramelo, pero no cuando lo está paladeando. Kraut y Johnston (1979) observaron sistemáticamente que los jugadores de bolos no sonreían en el momento en que conseguían un tanto, sino que lo hacían espontáneamente cuando su mirada conectaba con la de los otros jugadores. Fernández-Dols y Ruiz-Belda (1995) corroboraron este resultado en su estudio de 22 medallistas olímpicos durante el acto de entrega de medallas; dentro de ese acto separaron los momentos en los que los medallistas interactuaban con otras personas (por ejemplo, cuando se les entregaban los trofeos) de los momentos en los que no interactuaban con nadie (por ejemplo, cuando esperaban en el pódium que llegasen las autoridades). Los resultados mostraron, de nuevo, que las sonrisas fueron mucho más intensas en los momentos de interacción. Estos resultados sugieren que la expresión facial espontánea no es un fenómeno asocial, la mera expresión de un proceso interno, cuyo único nexo con contextos sociales se produciría a través del control expresivo voluntario, sino también una acción instrumental automática, adquirida por nuestra especie a través de su historia filogenética, que facilita la interacción (Fernández-Dols, 1999).

Movimientos corporales

Pero el estado de ánimo de una persona y otras muchas cosas más (su personalidad, intenciones, deseos, aspiraciones y así sucesivamente) también pueden inferirse a partir de otros movimientos y posturas corporales diferentes de la expresión facial.



La mirada transmite mucha información.

Por ejemplo, Macrae, Hood, Milne, Rowe y Mason (2002) encontraron que, cuando la persona miraba directamente al perceptor, se le categorizaba como hombre o mujer con mayor facilidad que cuando desviaba la mirada.

Por su parte, Mason, Tatkov y Macrae (2005) encontraron que los cambios de mirada en la persona percibida influían en lo atractiva que resultaba (se la consideraba más atractiva cuando cambiaba su foco de atención de otra persona hacia el perceptor que cuando hacía lo contrario, mirar primero al perceptor y luego cambiar la mirada hacia otra persona).

Más concretamente, el contacto visual, cuando es elevado, se suele interpretar de forma positiva, como reflejo de que le interesamos o agradamos a la otra persona (Kleinke, 1986). Por el contrario, la evitación del contacto visual suele verse como signo de que la otra persona es tímida, poco amigable, o de que no le gustamos. No obstante, hay que tener en cuenta que una mirada fija e incisiva suele ser percibida como hostil.

La *postura del cuerpo* y los *movimientos corporales* (frecuencia, intensidad y similares) también nos transmiten mucha información sobre las otras personas. Por ejemplo, un gran número de movimientos (sobre todo aquellos en los que la persona se toca: rascarse, tocarse el pelo, frotarse las manos), suelen interpretarse como activación emocional, excitación o nerviosismo. Un aspecto de las impresiones interpersonales que se ve afectado por señales sutiles no verbales es el que tiene que ver con la conducta de dominación o sumisión (Tiedens y Fragale, 2003). Cambios simples en la postura corporal producen efectos notables en la dominancia percibida. Cuando la gente se expande y ocupan con su cuerpo un considerable espacio (por ejemplo, alejando los brazos o las piernas del tronco), se suelen percibir como dominantes y de mayor estatus, mientras que cuando se constriñen y ocupan un espacio pequeño (cuando juntan las extremidades al tronco, las cruzan o flexionan el torso hacia dentro), aparecen como sumisos o de bajo estatus.

Los *adaptadores*, según Ekman y Friesen (1969) son comportamientos no verbales que tienen un gran valor informativo, pues carecen de intención comunicativa. Estos autores distinguen tres tipos de adaptadores:

- *Auto-adaptadores*, o conductas de manipulación del cuerpo —y especialmente el rostro— procedentes de conductas adaptativas en edades tempranas, relacionadas con el cuidado del propio cuerpo o su adaptación a determinadas condiciones ambientales; por ejemplo, una persona triste o cansada puede frotarse los ojos de la misma forma que lo haría un niño llorando.
- *Adaptadores dirigidos a otros*, que formarían parte de estrategias interactivas prototípicas y elementales (por ejemplo, de cortejo o ataque); así, conductas no necesariamente conscientes de acicalamiento (alisarse el cabello mostrando la palma de la mano en las mujeres o ajustarse alguna prenda, como el nudo de la corbata, en los varones) y disposición postural (exhibición torácica, contrayendo el abdomen y elevando los hombros, en el caso del varón), pueden considerarse como adaptadores de semi-cortejo (Schefflen, 1965).
- *Adaptadores dirigidos a objetos*, que podrían ser partes de rutinas de comportamiento en relación con elementos del entorno que se repiten ocasionalmente fuera de contexto (por ejemplo, dar golpecitos con el bolígrafo en la mesa, chisquear de forma reiterada el encendedor, o jugar con las llaves de casa).

La distancia personal a la que se ubica la persona que percibimos puede transmitirnos información sobre sus intenciones. Existen una serie de distancias que consideramos adecuadas para ciertas interacciones, y que han sido revisadas en un capítulo anterior, el dedicado a las bases ambientales del comportamiento.

El engaño

El *engaño* parece ser una de las cualidades genuinamente humanas. De hecho, la valoración de la *disimulación* (por ejemplo, un progenitor se esfuerza, en un proceso de separación, por ocultar las características poco apropiadas como padre para conseguir la custodia de su hijo) y la *simulación* (por ejemplo, una persona acusada de un homicidio, puede hacer creer al juez que posee una enfermedad mental para conseguir un eximente o un atenuante por el delito que se le imputa), constituyen hoy dos grandes áreas de aplicación en el ámbito jurídico. De lo que no hay duda es que esta capacidad añade una extraordinaria complejidad a nuestras percepciones de los demás. Las personas intentamos regular y controlar, ya sea de forma consciente o inconsciente, la información que presentamos, sobre todo aquella que se refiere a nosotros mismos (Schlenker, 1980), lo que se conoce como *manejo de la impresión*.

Con ello perseguimos varias metas:

- *Auto-ensalzamiento* (mantener o incrementar nuestra autoestima, así como presentar una imagen cercana a nuestro Yo-ideal).
- *Auto-consistencia* (validar las creencias que tenemos respecto a nosotros mismos o ser coherentes).
- *Auto-verificación* (intentar aprender la verdad sobre nosotros mismos) (Schlenker y Weigold, 1992).

Varias son las estrategias básicas utilizadas al servicio de este *manejo de la impresión* (Jones, 1990; Jones y Pittman, 1982):

- El *congraciamiento*, o intento de aparecer de una manera atractiva (ser aceptado, querido) ante los demás, consiste en elogiar a la otra persona o en mostrarse de acuerdo con sus opiniones y conductas.
- La *autopromoción* consiste en mostrar las propias habilidades y capacidades y en ocultar los defectos.
- Con la *intimidación* las personas intentan mostrar el poder que tienen sobre la otra persona, a través de la amenaza o de infundir temor (Jones y Pittman, 1982). Este tipo de táctica suele darse casi exclusivamente en relaciones que no son voluntarias (pues en una relación voluntaria la probabilidad de que el otro abandone la relación es mayor).

Pero existen otras estrategias. Algunas buscan suscitar en los demás el deber moral, la integridad o incluso la culpabilidad, así como mostrar debilidades y dependencias respecto a la otra persona. Por ejemplo, cuando un compañero de clase te dice: “Me vendría bien que me dejaran los apuntes de tal asignatura. Si no hago bien el examen posiblemente tenga que dejar de estudiar y también es probable que me despidan en mi empleo”.

También está la estrategia conocida como *auto-incapacidad* (Berglas y Jones, 1978), que consiste en incrementar la probabilidad de que un posible fracaso futuro sea atribuido a factores externos y un posible éxito a factores internos (por ejemplo, cuando un estudiante momentos antes de un examen dice: “vamos a ver cómo sale, a pesar de que no he podido dormir en toda la noche a causa de un terrible dolor de cabeza”).

Una de las estrategias más estudiadas en Psicología social es la que se denomina *aprovecharse del reflejo de la gloria de otros* (véase Cialdini y cols., 1976). Se refiere a la tendencia de las personas a asociarse al éxito de los demás y a atribuírselo de alguna manera, como cuando nos sentimos orgullosos de la victoria o de los éxitos de otros con los que nos identificamos (por ejemplo, la selección deportiva de nuestro país). El fenómeno complementario consiste en distanciarse de su fracaso (Snyder, Lassegard y Ford, 1986). Por ejemplo, es frecuente en los seguidores de un equipo deportivo la expresión “hemos ganado” después de una victoria y la expresión “el equipo ha perdido” o “han perdido” después de una derrota.

Algunas personas son más hábiles que otras en el manejo de la impresión, lo cual puede detectarse con la *Escala de auto-observación* (Snyder, 1987; Snyder y Gangestad, 1986). Las personas que obtienen altas puntuaciones en esta escala ejercen un mejor control sobre sus auto-presentaciones verbales y no verbales que quienes obtienen bajas puntuaciones, y no sólo eso, sino que además poseen una mayor capacidad para detectar los intentos de manejo de la impresión realizados por otras personas.

¿Es fácil detectar el engaño y la mentira? Las investigaciones muestran que nuestra capacidad para discernir cuándo nos están engañando no es precisamente muy elevada. Por ejemplo, Bond y DePaulo (2006), en una revisión meta-analítica de 206 estudios, en los que 24.483 participantes habían tenido que averiguar, basándose sólo en la observación real o grabada (sin

ayuda de otros instrumentos), si 4.435 personas los estaban engañando o no, indican que el porcentaje de aciertos al reconocer una mentira como tal fue del 47%, y el porcentaje de aciertos en reconocer una verdad como verdad fue del 61%. Si tenemos en cuenta que las probabilidades de acertar al azar son del 50%, estos porcentajes no son muy alentadores que digamos.

No obstante, en esa revisión encontraron algunos factores que favorecían o dificultaban el discernimiento entre si nos mienten o nos dicen la verdad. Así, por ejemplo, las mentiras eran más fáciles de detectar cuando eran sólo escuchadas que cuando eran vistas. Este último resultado queda ilustrado por varias investigaciones que han mostrado claramente que detectar la mentira en el rostro es una tarea muy difícil. Esto va en contra de lo que se suele creer habitualmente. De hecho, en el estudio de DePaulo, Zuckerman y Rosenthal (1980), cuando se dijo a los participantes que para detectar la mentira sólo podrían escuchar conversaciones telefónicas, estos pensaron que estaban en desventaja.

- La revisión realizada por Zuckerman, DePaulo y Rosenthal (1981) mostró que los perceptores eran capaces de detectar el engaño más allá de lo que sería esperable por azar cuando recibían información de los siguientes canales —cuerpo, tono de voz y habla— de forma aislada o en combinación; sólo un canal, de forma aislada, no superó las probabilidades aleatorias de acierto: el rostro.
- En otro estudio, Ekman y Sullivan (1991) pidieron a expertos en el uso del polígrafo, jueces, policías, psiquiatras, empresarios, abogados, agentes de aduanas, agentes de la CIA y del Servicio Secreto y estudiantes, que detectaran si lo que decían varios individuos en una grabación de vídeo era cierto o no. Los resultados mostraron que sólo los agentes del servicio secreto lo hicieron mejor que los demás. Personas supuestamente capacitadas para realizar una buena detección de la mentira, como policías, agentes de aduanas o psiquiatras, no difirieron en sus aciertos de las personas no entrenadas para estas tareas.

Otros resultados interesantes en los estudios sobre el engaño, muchos de ellos contrarios a lo que la mayoría de la gente cree, son los siguientes:

- En primer lugar, y para insistir en lo dicho en el párrafo anterior: no es el rostro donde mejor se refleja si una persona está mintiendo o no, sino en el tono de su voz.
- En segundo lugar, cuanto más motivadas están las personas para intentar averiguar si los están engañando o no, menos efectivas parecen ser (Forrest y Feldman, 2000). En este último estudio, los estudiantes tenían que averiguar si otros estudiantes estaban mintiendo o no cuando expresaban sus actitudes (por ejemplo, sobre la pena de muerte o la inmigración); a la mitad de los participantes se les motivó diciéndoles que después se les harían algunas preguntas sobre el vídeo y que en virtud de sus respuestas se determinaría su nivel de inteligencia y sus habilidades sociales; a la otra mitad se les omitió esta información y, por tanto, es de suponer que estaban menos motivados. Pues bien, los resultados mostraron que este segundo grupo fue mejor en la detección de la mentira.
- En tercer lugar, Bond y DePaulo (2006) han formulado lo que denominan el *doble criterio en la evaluación del engaño*: la gente considera que la mentira es peor cuando lo hacen los demás que cuando se da en ellos mismos; además, este doble criterio hace que la gente tenga un estereotipo (bastante erróneo) del “mentiroso” como persona atormentada y culpabilizada, lo que supuestamente se reflejaría en su comportamiento no verbal (evitación de la mirada, nerviosismo y otros por el estilo). Este estereotipo dificulta el reconocimiento del engaño: si alguien se ajusta al estereotipo se le tiende a calificar como mentiroso; quien no se ajusta a él, se percibe como sincero.

- Por último, la habilidad para detectar la mentira en personas de nuestra cultura y de otras culturas no difiere mucho (Bond y Atoum, 2000); eso sí, si sólo podemos ver a la otra persona, somos mucho mejores detectando la mentira cuando se trata de personas de nuestra cultura; si podemos ver y oír lo que dicen, entonces estas diferencias desaparecen.

10.3 Formación de impresiones

Por *formación de impresiones* se entiende el proceso mediante el cual se infieren características psicológicas a partir de la conducta, así como de otros atributos de la persona observada, y se organizan estas inferencias en una impresión coherente. Se trata pues, de un paso más allá del simple diagnóstico del estado emocional de la otra persona, o de sus intenciones momentáneas. Tanto la formación de impresiones como la atribución de causalidad, que veremos más adelante, nos permiten ir mucho más allá de la información percibida, incrementan nuestra capacidad de predicción de la conducta de los demás y nuestro sentimiento de control sobre el medio social que nos rodea.

Para seguir con el ejemplo con el que comenzábamos este capítulo, supongamos que hemos inferido de la conversación de la persona que se nos ha acercado en la fiesta que es una persona que se encuentra sola, atractiva físicamente, inteligente, de otra ciudad pero que está estudiando en la nuestra, amante de las ciencias ocultas y de escasos recursos económicos. ¿Cómo se combinan todos estos elementos y qué imagen global producen en nosotros? ¿Hay elementos que a nuestro juicio son contradictorios? ¿O son todos coherentes entre sí? ¿Cómo resolveremos las contradicciones en el caso de que las haya? ¿Qué información tiene un efecto más poderoso, la recibida primeramente, en posición intermedia o en último lugar? Estas son muchas de las preguntas a las que han intentado responder los investigadores sobre “formación de impresiones”.

La investigación de S. Asch

Para explicar la formación de impresiones, Salomon Asch (1946) defendía una concepción gestáltica, según la cual los diversos elementos están organizados como un todo, como una *gestalt* o configuración, de forma que cada rasgo afecta y se ve afectado por todos los demás, generando una impresión dinámica que no es fácil de predecir a partir de los diferentes elementos tomados por separado. En cada impresión, aunque todos los rasgos se relacionan entre sí, hay unos que tienen un mayor impacto sobre los demás y sirven como elementos aglutinadores de la impresión. A estos rasgos los denominó Asch *rasgos centrales*. Este modelo fue verificado mediante una serie de experimentos realizados por el propio Asch, de los cuales el más básico y conocido es el siguiente.

Un grupo de estudiantes recibía una descripción de una persona desconocida que contenía los siguientes rasgos: inteligente, habilidosa, trabajadora, afectuosa, decidida, práctica y prudente. Otro grupo recibió la siguiente descripción: inteligente, habilidosa, trabajadora, fría, decidida, práctica y prudente. Como puede ver, la única diferencia entre ambas listas es que en una aparece el término afectuosa y en otra fría. A los miembros de ambos grupos se les pidió que se hicieran una idea de la persona estímulo, que escribieran una semblanza de ella y que escogieran entre diferentes pares de rasgos cuál creían ellos que caracterizaba a la persona presentada.

Los resultados mostraron que los dos grupos respondían de forma considerablemente distinta tanto en la redacción de las semblanzas —más positivas en el grupo que oyó afectuosa— como en la elección de adjetivos. Así, algunas características, como generosidad (91-8), felicidad (90-34), amabilidad (94-17), sociabilidad (91-38), prudencia (65-25) o popularidad (84-28), fueron asignadas predominantemente a la persona afectuosa —el primer número dentro de cada paréntesis indica el porcentaje de participantes del grupo “afectuoso” que indicaron que esa característica la tenía la persona estímulo, el segundo número, el porcentaje de personas del grupo “fría” que lo indican. Existían, no obstante, características que no se veían afectadas por la variación de afectuosa a fría: digna de confianza (94-99), honestidad (98-94), fortaleza (98-95), perseverancia (100-97), o atractivo físico (77-69).



Solomon E. Asch
(1907-1996)

En virtud de estos resultados, Asch concluyó que afectuosa y fría eran rasgos centrales en este contexto, pues servían como guías para la organización de la información en un todo coherente. La diferencia entre un rasgo central y uno periférico —como se denomina a los que no son centrales— se aprecia en el impacto que tiene en la impresión resultante. Cuando en otro experimento, Asch presentó los mismos rasgos estímulo, pero en vez del par afectuoso-frío cambió “cortés” por “descortés”, las diferencias aparecidas en las calificaciones de los rasgos respuesta fueron considerablemente menores que las halladas en el experimento anterior.

¿De qué depende que un rasgo sea central o periférico? Según Asch, el contenido y la función de una cualidad personal dependen de los demás rasgos estímulo. Esto es, un par de rasgos determinado será central en unos contextos pero no en otros. Cuando en experimentos posteriores Asch presentó a los participantes los rasgos estímulo obediente, débil, superficial, afectuoso, sin ambiciones y vanidoso, encontró que “afectuoso” era un rasgo totalmente dependiente o periférico, igual que ocurría con “frío” en la serie inteligente, habilidoso, sincero, frío, consciente, servicial y modesto. Según Asch, no se trata de que la misma cualidad pueda ser central o periférica según el ambiente, sino que cuando un rasgo cambia de contexto, y pasa por ejemplo de ser central a periférico, se produce una modificación en su contenido o significado. Así, “afectuoso”, cuando era presentado en la lista del primer experimento referido que hemos mencionado tenía el tinte de la cordialidad que presenta el abnegado científico humanitario, mientras que cuando era presentado en esta última lista, junto a obediente, débil, superficial, sin ambiciones y vanidoso, cambiaba radicalmente de significado, denotando más una cordialidad pasiva, un afecto sumiso.

Cuando la persona percibe información que ve como inconsistente puede hacer dos cosas:

- En primer lugar, puede cambiar el significado de las características (así, por ejemplo, el término “feliz” no tiene el mismo significado cuando va acompañado de “tonto y tranquilo” que cuando está junto a “afectuoso y relajado”). Este cambio de significado ocurre primeramente en la dimensión descriptiva, y con posterioridad en la dimensión evaluativa (“feliz” tiene un valor más positivo en el segundo caso).
- En segundo lugar, puede inferir nuevos rasgos que permitan reducir las contradicciones. Si sabemos de otra persona que es “inteligente, afectuosa y mentirosa” quizás deduzcamos que es “político” o “diplomático”.

Con ambos mecanismos el resultado es el mismo: la impresión resultante es única y coherente.

Modelos de combinación lineal

La postura de Asch no fue la única en abordar la formación de impresiones. Un enfoque bastante diferente lo representan los denominados *modelos de combinación lineal*, según los cuales los elementos informativos no cambian de significado (como afirma Asch), sino que se combinan entre sí, se suman, se promedian o se multiplican, de tal manera que la impresión resultante es fruto de la combinación aditiva de algunas propiedades del estímulo. Para estos modelos, el valor de cada rasgo es independiente del valor de todos los demás. Además, presuponen que hay una dimensión a lo largo de la cual puede situarse cualquier tipo de estímulo: la *dimensión evaluativa*. Según esta concepción, “feliz” seguiría significando lo mismo en los dos contextos descritos, y continuaría teniendo un valor positivo, lo que ocurre es que la evaluación de un rasgo en una persona contiene elementos de la evaluación general de la persona, así como el valor del propio rasgo. Es decir, las personas siguen evaluando “feliz”, pero no pueden evaluar la felicidad en una persona sin evaluar todas las demás características de esa persona (Kaplan, 1975).

Así, según el *Modelo suma*, la impresión final sería sencillamente el resultado de la suma de los valores que cada uno de los rasgos tiene por separado (Triandis y Fishbein, 1963). Imaginemos que conocemos de una persona las siguientes características (que evaluamos con la puntuación que aparece entre paréntesis): “amable” (+6), “trabajadora” (+5) y “muy atractiva físicamente” (+7). La impresión final de esa persona sería bastante positiva (+18). De otra persona sabemos que además de “amable” (+6), “trabajadora” (+5) y “atractiva físicamente” (+7), es “alta” (+2); esta segunda persona produciría mejor impresión (+20) que la anterior. Según este modelo, si queremos causar una buena impresión en los demás la mejor táctica sería la de presentar cuantos más rasgos positivos mejor, aunque su valor absoluto no sea muy elevado.

En cambio, según el *Modelo promedio*, la impresión final resultante sería la media aritmética de los valores de cada uno de los rasgos por separado (Anderson, 1962). Si aplicamos este modelo al ejemplo anterior, resultaría que la primera persona causaría mejor impresión que la segunda, pues al dividir 18 puntos entre 3 saldría una media de 6, mientras que en el segundo caso, al dividir 20 entre 4, la media sería 5. La evidencia empírica concede bastante más apoyo al modelo promedio. Por ejemplo, Anderson (1965) presentaba combinaciones de estímulos de diferente valoración (N = negativamente valorados, M = moderadamente valorados y P = positivamente valorados), encontrando que la combinación PP (por ejemplo, digno de confianza, razonable) causaba mejor impresión que PPMM (por ejemplo, digno de confianza, razonable, aplicado, persuasivo). Este modelo sufrió modificaciones posteriores, pero su idea básica se mantuvo: nos formamos las impresiones de los demás siguiendo una especie de *álgebra cognitiva* relativamente simple.

Fiske y Neuberg (1990) han desarrollado un modelo de formación de impresiones que conjuga la posición de Asch con la de los modelos de combinación lineal. Según estos autores, las personas nos formamos impresiones de las dos maneras, y el que nos decidamos por una o por otra depende de las circunstancias informativas y motivacionales. En ocasiones predominan en las percepciones nuestros esquemas o categorías previas, tal y como propone el *Modelo holístico* de Asch. Otras veces lo importante son los datos informativos percibidos, de acuerdo con lo que proponen los modelos de combinación lineal. De forma resumida, el modelo de estos autores dice lo siguiente: cuando percibimos a una persona, lo primero que hacemos rápidamente y sin que necesariamente seamos conscientes de ello, es una categorización inicial (basándonos en unas mínimas señales, por ejemplo, físicas o situacionales). Si la persona percibida carece de interés para nosotros, el proceso de formación de impresiones puede finalizar aquí; todos los días vemos a miles de personas de las que sólo percibimos esas características instantáneas. Si la persona en cambio nos interesa o es relevante, entonces

prestaremos atención a los elementos informativos que presenta. El modelo de Fiske y Neuberg es un continuo, de manera que la primera fase, es, como ya se ha indicado, la categorización inicial, que es seguida por la confirmación de la categorización, la recategorización (si la fase anterior no puede culminarse satisfactoriamente), y la integración "pieza a pieza" de los diferentes elementos informativos.

Como esta última tarea requiere mayor esfuerzo y atención, sólo se llega a ella en caso de que las anteriores posibilidades fracasen.

Factores que influyen en la formación de impresiones

Acabamos de ver dos tipos de formulaciones teóricas acerca de cómo nos formamos las impresiones de los demás. Pero la investigación realizada en Psicología social también nos ha proporcionado una descripción detallada de numerosos factores implicados en la percepción de personas.

Factores asociados al perceptor

¿Hay personas más capacitadas que otras para formarse impresiones correctas independientemente de quién sea la persona percibida y de lo que trate la percepción? Aunque mucha gente respondería que sí, la respuesta de los resultados de la investigación es negativa: hay personas buenas para percibir a ciertas personas, pero no a otras (por ejemplo, perciben bien a los niños pero no a los adultos); y hay personas buenas para diagnosticar cierto tipo de rasgos pero no para otros (por ejemplo, puede averiguar con facilidad si alguien miente, pero no su personalidad).

Lo que sí ha quedado sólidamente demostrado es que los motivos y necesidades de los perceptores, así como sus expectativas y metas, influyen considerablemente en la formación de impresiones. A veces favorecen la exactitud y otras la dificultan.

Por ejemplo, Bruner y Goodman (1947), impulsores de lo que se conoció como la *New Look* en percepción social, pidieron a niños de entre 10 y 11 años, la mitad pertenecientes a familias de alto poder adquisitivo y la otra mitad a familias más pobres, que estimaran el tamaño de diferentes círculos de cartón y de monedas (éstas cumplían un requisito: conforme mayor era su diámetro más valor tenían). La mitad de los niños trabajaba con la moneda o el cartón en la mano y la otra mitad lo hacían de memoria. Los resultados indicaron que los tamaños de las monedas más valiosas resultaban sobreestimados y los de las monedas menos valiosas subestimados, y esto ocurría con mayor fuerza cuando la tarea se realizaba de memoria. Además, y esto es importante, estos sesgos ocurrían sobre todo en los niños pobres. Cuando los niños trabajaban con discos de cartón no apareció ningún efecto significativo. Este estudio muestra claramente cómo las motivaciones y deseos (parece lógico suponer que el dinero es más valioso para los niños pobres que para los ricos) influye en lo que percibimos —en este caso lo distorsionan—.

Respecto a las metas que buscamos cuando percibimos a alguien, Hilton y Darley (1991) distinguen las situaciones de acción de las situaciones de diagnóstico.

- Las primeras (*situaciones de acción*) son aquellas en las que lo que importa es conseguir ciertos objetivos específicos que sólo de manera indirecta se relacionan con la formación de impresiones; por ejemplo, al pedir el menú en un restaurante tenemos que interactuar con el camarero, pero el interés por formarnos una impresión de esta persona es casi nulo. En consecuencia, en este tipo de situaciones tendemos a formarnos impresiones sencillas, basadas en las categorías a las que pertenece la persona percibida, y solemos realizar juicios bastantes exactos de cómo esa persona actuará en esa situación, pero no de cómo actuará cuando la situación o los roles cambien.
- Las segundas (*situaciones de diagnóstico*) se caracterizan porque lo que se persigue en ellas es formarse una impresión global lo más exacta posible de la persona percibida (por

ejemplo, un entrevistador encargado de hacer una selección de personal). Por tanto, cuando nos encontramos en este tipo de situaciones, tendemos a formarnos impresiones más integradas e individualizadas, y nuestros juicios serán más exactos a la hora de considerar a la persona en general, sin constricciones situacionales ni de rol.

Fiske (1988), por su parte, ha señalado que cuando la motivación del perceptor consiste en formarse una impresión segura de la persona estímulo —por ejemplo, porque depende de ella—, atenderá mucho más a todos los elementos informativos. En cambio, cuando haya otras motivaciones, como mantener la autoestima, es probable que el perceptor mantenga una categorización negativa del estímulo. La idea es que, cuando el perceptor lo que quiere es mantener una autoestima alta, entonces lo que hace es fijarse en los aspectos negativos de la persona percibida. De esa forma, al compararse con ella, el perceptor sale favorecido y su autoestima se mantiene o incrementa.

La formación de impresiones también se ve afectada por el poder que tenga la persona percibida para proporcionarnos consecuencias positivas o negativas. Por ejemplo, cuando una persona está deseosa de hacer amigos, es fácil que detecte en los demás indicios que hablen de su predisposición para hacer amistades. El fenómeno denominado *perspicacia perceptiva* designa precisamente el bajo umbral de reconocimiento de que gozan los estímulos que pueden satisfacer una necesidad o reportarnos beneficios. El fenómeno complementario, *defensa perceptiva*, designa el alto umbral de reconocimiento de algunos estímulos amenazadores (“no vemos aquello que no queremos ver”); así, los fallos en quienes estimamos mucho suelen pasar desapercibidos, se suelen disculpar y es difícil que se los reconozca como tales. Paralelamente, se suelen ignorar las virtudes de nuestros enemigos.

Pero el perceptor no se limita a tener deseos, metas o expectativas, sino que su papel activo en la percepción va mucho más allá. En la vida real, el perceptor es un actor (Jones, 1988). Lo que nosotros pensamos influye en cómo actuamos; y este comportamiento nuestro influye en lo que los demás piensan de nosotros y afecta a su comportamiento; este comportamiento de las otras personas influye en cómo las percibimos. Y así sucesivamente.

Un fenómeno que ilustra este dinamismo son las “profecías que se cumplen a sí mismas”. Véase el Cuadro 10.1.

Cuadro 10.1: Las “profecías que se cumplen a sí mismas”.

Con esta expresión se alude a una “definición falsa de la situación” que “evoca una nueva conducta que hace que la concepción falsa original se convierta en verdadera” (Merton, 1948).

Por ejemplo, Skrypnik y Snyder (1982) pidieron a un conjunto de estudiantes varones que interactuaran con otras personas. Es importante señalar que estos estudiantes nunca veían a estas personas ni hablaban con ellas directamente. La tarea encomendada a los estudiantes varones era repartir con las otras personas una serie de tareas tradicionalmente masculinas o femeninas. A una parte de estos estudiantes se les hizo creer que estaban interactuando con una mujer. Al resto se les dijo que interactuaban con hombres. La realidad era que siempre se trataba de mujeres.

Los resultados mostraron que las mujeres que interactuaban con hombres que creían que estaban interactuando con mujeres elegían más tareas típicamente femeninas que las mujeres que interactuaban con hombres que creían que interactuaban con hombres.

De esta manera, cuando alguien trata a una persona como si fuera una mujer, esta persona tiende a reaccionar de forma más femenina que masculina (y al contrario si la tratan como hombre).

La consecuencia importante para la percepción es que el perceptor que se relaciona con quien cree que son mujeres las ve como más femeninas que el perceptor que se relaciona con mujeres pero cree que lo hace con hombres. Es evidente que los participantes no caen en la cuenta de que son sus propias expectativas las que están creando la conducta masculina o femenina de la otra persona.

Factores relativos al contenido de la percepción

Como indicaba Asch, al diferenciar entre rasgos centrales y periféricos, no todos los elementos que integran la impresión que nos formamos de otra persona tienen la misma importancia. Seguidamente consideraremos algunas características del contenido de la percepción que influyen en la importancia otorgada a dicho contenido.

1. Efectos de orden

Qué posee una mayor influencia en la impresión que nos formamos de los demás, ¿lo primero que conocemos de ellos? (*efecto primacía*) o ¿la última información que nos llega? (*efecto recencia*). Las investigaciones muestran que el efecto primacía es más potente que el de recencia. Por ejemplo, Asch (1946) presentaba a un grupo la siguiente descripción de una persona: inteligente, trabajador, impulsivo, crítico, testarudo y envidioso; y a otro grupo la lista envidioso, testarudo, crítico, impulsivo, trabajador e inteligente. Ambas listas son idénticas y únicamente difieren en el orden de los rasgos. Los resultados mostraron que la primera lista causaba una impresión considerablemente mejor que la segunda, e interpretó dicho resultado según su planteamiento teórico: los primeros términos —positivos— establecen una dirección que ejerce un efecto sobre los posteriores; por ejemplo, inteligente se interpreta de forma distinta cuando es lo primero que conocemos de alguien que después de saber que es envidioso y testarudo.

También se ha apelado para explicar el efecto recencia a la disminución de la atención. Esto es, las personas simplemente prestamos menor atención a los últimos elementos informativos, bien por cansancio, bien porque los consideramos menos creíbles o importantes (pensando quizás que precisamente porque son menos importantes han sido colocados en último lugar). El efecto primacía se da sobre todo cuando los perceptores se comprometen de alguna manera con el juicio basado en la primera información, cuando esta información es clara, poco ambigua o relevante para el juicio, o cuando se basa en la persona estímulo y no en la categoría, y cuando la información se refiere a una característica que no se espera que cambie con el tiempo (Jones, 1990).

2. Información positiva y negativa

Cuando la información que conocemos acerca de una persona contiene elementos positivos y negativos, estos últimos tienen una mayor importancia en la impresión formada (Anderson, 1965; Hamilton y Zanna, 1972; Hodges, 1974). Así, una primera impresión negativa es más difícil de cambiar que una positiva, pues los rasgos que inducen una evaluación negativa parecen ser fáciles de confirmar y difíciles de desmentir, mientras que los rasgos positivamente evaluados son difíciles de adquirir pero fáciles de perder (Rothbart y Park, 1986). Dos explicaciones se han dado de este mayor interés de los perceptores por los aspectos negativos:

- Una motivación “egoísta”, pues una persona que posea rasgos negativos supone un mayor grado de amenaza.
- El mayor valor informativo de la información negativa: si se acepta que la mayoría de las personas nos esforzamos por suministrar una imagen positiva de nosotros mismos, resulta evidente que la información positiva que suministramos dice poco acerca de cómo somos realmente.

3. Información única y redundante

La información única o peculiar parece tener un impacto más poderoso sobre la impresión resultante que la información redundante. Recuérdese el experimento de Asch (1946). Posiblemente lo que hacía que “afectuoso” y “frío” fueran rasgos centrales era que transmitían una

información diferente a los demás rasgos (que eran: inteligente, habilidoso, trabajador, decidido, práctico y prudente). Como puede ver, todos estos adjetivos tienen que ver sobre la capacidad o competencia de una persona, mientras que frío-afectuoso se refieren a la sociabilidad.

4. Carácter ambiguo de la información

Un elemento importante en la percepción de personas es el grado en el que los diversos componentes de la información pueden ser confirmados o desmentidos (Rothbart y Park, 1986), de tal manera que un rasgo ambiguo suele tener menor importancia que otro claro y preciso. La susceptibilidad de confirmación de un rasgo depende de:

- Su “visibilidad” (es más fácil saber si una persona es fuerte físicamente que saber si es inteligente).
- La cantidad de indicios necesarios para afirmar la presencia o no de determinado rasgo (para determinar la honradez de una persona necesitamos conocer más cosas sobre ella que para determinar su profesión).
- El grado de concreción del rasgo (es mucho más concreto el atributo “hablador” que “imaginativo”).

10.4 Atribución de causalidad

La *atribución de causalidad* (expresión que dentro de la Psicología social ha quedado reducida sencillamente al término único de *atribución*) consiste en realizar inferencias sobre las causas de las conductas de los demás, y también de nuestra propia conducta. Un paso más en la comprensión de los demás consiste en intentar averiguar por qué se comportan del modo en que lo hacen. Conviene insistir en que no estamos tratando de las causas “reales” del comportamiento de los demás (por lo demás, algo difícil de averiguar), sino de las causas que nosotros creemos o imaginamos. Psicológicamente, estas son las causas que importan al perceptor. Esto es, si un juez considera que la causa de un delito está en factores circunstanciales y cambiantes (por ejemplo, una situación económica angustiosa), esto es lo que influirá en su veredicto, independientemente de que ésta sea la causa real. De hecho, la estrategia habitual de muchos acusados y de sus abogados consiste en hacer creer al juez que ciertas causas, y no otras, son las que han provocado el presunto delito.

La aportación de Heider

Cuatro son las aportaciones fundamentales de Heider (1958), al que se considera, con razón, iniciador de la teoría e investigación sobre atribución causal:

- Su concepción de las personas como “científicos intuitivos o ingenuos (*naive*)”, que tratamos de encontrar el sentido del mundo físico y social en el que vivimos, que nos esforzamos por descubrir los elementos invariantes que existen en ese mundo y esperamos conseguir, de esa manera, que este se nos presenta más estable, predecible y controlable.
- La tajante distinción que establece entre causas personales (internas) y situacionales (externas, ambientales); esto es, los elementos invariantes que buscamos en nuestras percepciones pueden encontrarse tanto en el mundo externo (por ejemplo, una tarea difícil) como en las personas (por ejemplo, la capacidad o el esfuerzo). Además, según Heider, las disposiciones personales son más fáciles de inferir de las acciones intencionadas que de aquéllas que carecen de esta característica.

- Su afirmación de que “la conducta engulle al campo”, es decir, que las personas, cuando intentamos explicar una conducta, tendemos a darle mayor importancia a las causas personales que a las situacionales (este fenómeno después sería designado como *error fundamental de la atribución*).
- Su idea de que, para que el proceso atributivo se ponga en marcha, es imprescindible que la situación a la que se enfrenta la persona sea incoherente, inestable, generadora de incertidumbre o conflicto.

Jones y Davis: la Teoría de la inferencia correspondiente

La *Teoría de la inferencia correspondiente* (Jones y Davis, 1965) es una teoría de la atribución que se centró en un tipo de causas: las denominadas por Heider como personales o internas. Más en concreto, este enfoque establece el proceso que seguiría una persona hasta llegar a realizar una atribución disposicional de causa, esto es, a atribuir una determinada acción (por ejemplo, agredir a otra persona) a una disposición interna de quien la ejecuta (por ejemplo, la agresividad o el carácter agresivo). Cuando alguien busca descubrir la disposición interna de una persona para explicar su comportamiento sigue, por una parte, un proceso llamémosle lógico, en el que realiza varios juicios:

- Lo primero es decidir si la persona tenía o no capacidad y libertad para realizar la conducta y si conocía sus efectos. Por ejemplo, es difícil que un juez considere culpable de asesinato a un niño de dos años que manipulando la escopeta de su padre mata a un hermano. Para considerarlo culpable hay que admitir que el niño —de dos años— sabía lo que estaba haciendo (que manipulando el arma se podía disparar) y tenía intención real de matar.
- Una vez que se ha constatado que el actor tenía capacidad, libertad y conocía los efectos de su acción, el segundo juicio importante consiste en comparar las consecuencias de la acción con las consecuencias posibles de otras acciones que el individuo podía haber realizado. Las consecuencias específicas de la acción (efectos no comunes) nos proporcionan información interesante sobre la causa interna que ha provocado la conducta. Cuantos menos efectos no comunes, más fácil resulta la inferencia. Por ejemplo, un estudiante elige una carrera universitaria que le ofrece prestigio, buenos ingresos y posibilidad de viajar, cuando puede elegir asimismo otra carrera que le ofrece prestigio y buenos ingresos. En este caso es fácil deducir que la posibilidad de viajar (el único efecto no común de la primera elección) es lo que le ha llevado a decidirse por ella. Pero también cuando hay muchos efectos no comunes la atribución causal se hace difícil. Así, si la elección fuera por la primera carrera en comparación con otra que le permite relacionarse con la gente, desarrollar su creatividad y realizar actividades arriesgadas, sería complicado conocer cuál de los tres efectos ha motivado la elección.
- En tercer lugar, la deseabilidad social de la acción (esto es, si las consecuencias de la conducta son algo frecuente o deseable para la mayoría de la gente o más bien se trata de algo raro) también nos permite imaginar la causa disposicional. Por ejemplo, elegir una carrera que proporciona prestigio y buenos ingresos no nos dice necesariamente que la persona sea un amante de la fama o un avaricioso, porque la mayoría de las personas buscan este tipo de efectos. En cambio, elegir una profesión en la que se corren muchos riesgos sí nos dice algo más de quien la elige (es un aventurero), dado que se trata de un efecto menos deseado socialmente.

Pero, además de los elementos lógicos o racionales que acabamos de exponer, hay factores de índole motivacional que sesgan la atribución disposicional de causa: si la acción de esa

persona le afecta al perceptor (*relevancia hedónica*) y si cree que la acción va dirigida expresamente hacia él (*personalismo*).

- *Relevancia hedónica*: cuanto más crea la persona que le afectan las consecuencias y que la acción va dirigida hacia ella, más tenderá a encontrar una causa disposicional. Por ejemplo, cuando una persona comete una estafa, es probable que sea percibida como una persona deshonesto y sin escrúpulos cuando uno es la víctima de esa estafa que cuando es un simple espectador.
- *Personalismo*: si además, creemos que tenía intención expresa de estafarnos a nosotros (por ejemplo, porque se trata de un rival nuestro), entonces la tendencia anterior es todavía mayor.

Kelley: covariación y configuración

La *Teoría de la atribución* de Kelley (1967, 1972) diferencia dos procesos, en función de la cantidad de información de que disponga el perceptor social para hacer el juicio causal. Cuando éste dispone de información procedente de múltiples observaciones, seguiría el proceso de covariación. En cambio, cuando sólo dispone de una única observación, la persona seguiría el proceso de configuración.

En el *proceso de covariación* el perceptor generalmente dispone de tres tipos de causas diferentes a los que puede atribuir un efecto. Imaginemos que el efecto consiste en que Carlos ha agredido a Juan en una discoteca. Los tres tipos de causas serían:

- La *persona* (“Carlos ha agredido a Juan porque el primero es muy agresivo”).
- El *estímulo* (“la agresión se ha producido porque Juan es una persona muy provocadora”).
- las *circunstancias* (“Carlos estaba bebido”).

Para decidir sobre la causa más plausible el perceptor dispone de tres tipos de información:

- *Consenso*, o cómo se han comportado otras personas en esa misma situación (por ejemplo, cuántas personas se pelean habitualmente con Juan: alto: muchas; bajo: pocas personas lo han hecho).
- *Distintividad*, o cómo se ha comportado la persona en otras situaciones similares (por ejemplo, si Carlos se pelea con otra gente —distintividad baja—o sólo lo ha hecho con Juan —distintividad alta—).
- *Consistencia*, o cómo se ha comportado la persona en esa misma situación en otras ocasiones (por ejemplo, si Carlos ya se ha peleado en otras ocasiones con Juan —consistencia alta—, o es la primera vez —consistencia baja—).

La investigación ha mostrado que determinados patrones informativos favorecen determinadas atribuciones. Véase el Cuadro 10.2.

Cuadro 10.2: Algunos patrones informativos asociados de forma característica a ciertas atribuciones.

Consenso alto ("otras personas se han peleado con Juan")	
+	
Distintividad alta ("Carlos no se pelea con nadie")	
+	
Consistencia alta ("Carlos ya se ha peleado en otras ocasiones con Juan")	Atribución al estímulo ("Juan es un camorrista, un provocador agresivo")

Consenso bajo ("nadie se ha peleado con Juan") + Distintividad baja ("Carlos se pelea con mucha gente") + Consistencia alta ("Carlos ya se ha peleado en otras ocasiones con Juan")	Atribución a la persona ("Carlos es un individuo agresivo")
--	--

Consenso bajo ("nadie se ha peleado con Juan") + Distintividad alta ("Carlos no se pelea con nadie") + Consistencia baja ("Carlos nunca se ha peleado antes con Juan")	Atribución a las circunstancias ("Carlos estaba bebido")
---	---

El segundo proceso, el de *configuración*, se daría cuando el perceptor social no tiene la información, el tiempo o la motivación suficientes para examinar múltiples observaciones. En este caso la persona utilizaría *esquemas causales*, esto es, preconcepciones basadas en su experiencia acerca de qué tipo de causas suelen darse para conseguir un determinado efecto.

Dos tipos importantes de esquemas causales consideró Kelley:

- El de *causas múltiples necesarias*, que se aplica cuando nos encontramos con hechos de magnitud extrema, y entonces solemos pensar que tienen que haberse dado varias causas para que el efecto se dé. Por ejemplo, cuando nos encontramos con un asesino extremadamente cruel, las personas solemos pensar que diversas causas han tenido que coincidir para que haya ocurrido ese resultado (por ejemplo, problemas de personalidad, enfermedad mental, infancia desgraciada, ambiente familiar hostil, y otras similares).
- El *esquema de causas múltiples suficientes*, que se aplica a sucesos moderados, supone pensar que entre varias causas, es suficiente con que se dé una o algunas de ellas, para que se produzca el efecto. Por ejemplo, para cometer una falta, como exceder la velocidad permitida y cometer una infracción de tráfico, no es necesario ser un criminal, ni haber tenido una infancia desgraciada, sino simplemente despistarse un momento pensando en algo. Cuando aplicamos este último tipo de esquemas, hay dos principios que son importantes:
 - Según el *Principio de desestimación* la importancia de una causa disminuye cuando hay otras causas plausibles. Así, por ejemplo, la importancia que otorgamos al "carácter agresivo" de una persona como causa de un delito disminuye cuando sabemos que la persona estaba pasando una mala racha —otra causa que puede explicar la conducta delictiva— (lo que en términos jurídicos se llaman *factores atenuantes*).
 - Según el *Principio de aumento*, la importancia de una causa aumenta cuando hay causas inhibidoras. Por ejemplo, la atribución del delito al "carácter agresivo" del delincuente será más probable cuando sabemos que a la persona se le han ofrecido tratamientos para mejorar su carácter y los ha rechazado.

Los sesgos atributivos

Cuando las personas realizamos atribuciones no siempre funcionamos de la manera lógica y racional que aparece en los modelos que acabamos de ver, sino que con frecuencia cometemos ciertos sesgos o errores (algunos ya aparecían, por ejemplo, en la Teoría de las inferencias correspondientes de Jones y Davis).

El sesgo de correspondencia y el error fundamental de la atribución

Jones (1990) define el *sesgo de correspondencia* como la tendencia general a ver las conductas como causadas internamente, consecuencia de disposiciones, incluso cuando no debería ser así. De forma similar, Ross (1977) denominó *error fundamental de la atribución* a “la tendencia general a sobreestimar la importancia de los factores personales o disposicionales en comparación con las influencias ambientales” (p. 184). Algo muy semejante a lo que Heider denominó *la conducta engulle al campo*. Por ejemplo, cuando vemos en televisión la noticia de un suceso impactante, como la aparición del cuerpo sin vida de una chica en una zona de las afueras, es fácil que la gente piense que la chica ha hecho algo que ha contribuido a que acabe así (por ejemplo, “es una imprudente, lleva una vida desordenada”).

Las diferencias actor-observador

El sesgo conocido como *diferencias actor-observador* consiste en que del mismo hecho, actores —quienes realizan la acción— y observadores tienden a dar explicaciones diferentes: los primeros suelen hacer atribuciones externas y los segundos internas (Jones y Nisbett, 1972). Por ejemplo, muchos maltratadores esgrimen de forma reiterada para justificar sus actos argumentos del tipo “ella me provocó”, “ella saca lo peor de mí” o “estaba pasando un mal momento”; los observadores, en cambio, tienden a pensar que es en el maltratador, y en sus características internas, donde está la causa del maltrato.

Tres tipos de explicaciones se han dado de este sesgo:

- La *Hipótesis de la experiencia o historia previa* se basa en la creencia de que el actor conoce mucho mejor que el observador su historia anterior y, consecuentemente, sabe que no siempre reacciona de la misma manera, sino que su comportamiento depende, en parte, de las circunstancias; así, puede ocurrir que este hombre piense en las múltiples ocasiones en las que en su vida no se comporta de manera violenta. En cambio, el observador, no conoce esa variabilidad, pues puede ser incluso que sea la primera vez que ve al actor realizar la conducta y, por tanto, tiende a pensar, según el sesgo de correspondencia, que la causa debe ser alguna característica estable del actor (en este caso, su agresividad o su ideología machista).
- La *perspectiva o punto de vista* (Storms, 1973), para explicar el sesgo, postula que actor y observador tienen centrada su atención en aspectos diferentes. Para el actor que realiza la conducta, lo saliente es la situación puesto que debe actuar frente a ella. Para el observador, en cambio, es la conducta lo que resulta saliente puesto que es ella, y no la situación, lo que atrae su atención. Así pues, para el maltratador, su atención cuando maltrata puede estar centrada en el comportamiento de la mujer (por ejemplo, “no accede a mis deseos”), o en ciertas características de la situación (por ejemplo, “venía cansado del trabajo”) y percibe en el comportamiento de ella la causa de su malestar y de la agresión.
- La existencia de *diferencias motivacionales*, ya que una atribución externa permite al actor, en muchos casos, eludir las responsabilidades que se pueden derivar de una conducta poco apropiada y mostrar su flexibilidad y capacidad de adaptación en otros. El observador, a la hora de explicar la conducta, no tiene por qué recurrir a este tipo de justificaciones. Así, es

frecuente escuchar a los maltratadores alegar en su defensa que ellos han sido educados así o “así lo hacía mi padre con mi madre”. De esta manera, eludiría el malestar derivado de percibirse a sí mismo como un individuo agresivo y sin control.

Sesgos auto-ensalzadores

Los sesgos anteriores pueden considerarse como mecanismos al servicio de la capacidad de comprensión y de control de los individuos. Sin embargo, hay otros sesgos que son consecuencia de la necesidad que tienen las personas de sentir y pensar bien sobre sí mismas (Fiske, 2004), como en la última explicación que hemos dado de las diferencias actor-observador.

Las *atribuciones defensivas* consisten en la tendencia a culpar a una persona de la adversidad, especialmente cuando ésta es grave. Se ha encontrado que ocurre, por ejemplo, en el campo del delito, ya se trate de violencia doméstica, robo, plagio o protestas políticas (Feather, 1996): cuanto más grave es el delito, más se tiende a considerar que el actor es responsable. En el caso de la violación, se ha encontrado cierta tendencia a culpar a la víctima de lo que le ha ocurrido y esta tendencia es mayor en los hombres que en las mujeres (Feild, 1978). Al culpar a la víctima, quien realiza la atribución tiene la sensación de que podría evitar el percance (por ejemplo, “a esa chica la han violado porque viste de forma llamativa, a mí no me pasará porque yo no visto así”). Por eso, una condición que favorece este tipo de atribuciones es que la persona que sufre el daño o el accidente sea lo más diferente posible a quien realiza la atribución (Burger, 1981; Shaver, 1970). Si es semejante, echarle la culpa no aleja la amenaza.

Las personas también tendemos a pensar que cuando tenemos éxito, la causa está en nosotros, mientras que cuando fracasamos, la culpa es de otras personas o de las circunstancias (*atribuciones auto-favorecedoras*) (Whitley y Frieze, 1985). El ejemplo ya comentado según el cual los éxitos del equipo deportivo favorito se explican en virtud de su capacidad (una causa interna, disposicional) en lugar de apelar a la suerte o a que el partido ha sido fácil, es un ejemplo de este sesgo (Mullen y Riordan, 1988).

Finalmente, el sesgo conocido como *atribuciones centradas en el yo*, por el que cuando se realiza una tarea entre dos o más personas, cada una cree que ha contribuido más de lo que realmente ha contribuido, es también un sesgo que produce un incremento o mantenimiento de su autoestima. Imaginemos que se le pide, separadamente, a cuatro miembros de un equipo que han realizado un trabajo para una asignatura, que estimen en porcentaje su contribución al trabajo; lo más frecuente es encontrar que la suma de todas las contribuciones supere el 100% (Ross y Sicoly, 1979). Además de que auto-adjudicarse mérito por un trabajo favorece al yo, otra explicación consiste en que, lógicamente, cada uno tiene más accesible la información que tiene que ver con su contribución al trabajo (las horas que pasó buscando bibliografía, las dificultades que tuvo para realizar los análisis estadísticos, entre otros) y desconoce los esfuerzos que han tenido que hacer los otros miembros del equipo.

10.5 Aplicaciones

Latifa Daghdagh denunció a su marido por malos tratos. El Juez absolvió al acusado considerando que no había pruebas suficientes y porque la víctima no había podido precisar las fechas en que se produjeron las lesiones. Además, junto a estas argumentaciones jurídicas, el juez Paulí Collado apoya su decisión en que el relato de la mujer “no concuerda con el temor y la desconfianza de la típica mujer maltratada que lamentablemente este titular ha conocido”. Y añade: “incluso el aspecto físico que presenta durante los tres actos de juicio celebrados, no sólo se arreglaba, sino vestía cada día diferente, a la moda, con anillos, pulseras y curiosos

pendientes, gafas de tamaño grande, demuestra una capacidad de Latifa Daghigh para visionar el exterior, comprenderlo y adaptarse a él que no coincide con la de una mujer que ha pasado seis meses sometida a agresiones”.

Creemos que a lo largo de todo el capítulo hemos ido mostrando la gran importancia que tiene para la vida cotidiana la percepción de los demás y de sus acciones. En este último apartado nos centraremos en algunas de las posibles aplicaciones que tienen los principales procesos ya tratados, y, para hacerlo, nos centraremos en un ámbito muy específico, el sistema de justicia.

El ámbito jurídico constituye sin lugar a dudas uno de los campos de aplicación más importantes de la Psicología social y cualquier esfuerzo por conectar los conocimientos básicos a este campo es necesario por varias razones. Primero, porque los procesos tratados en este capítulo constituyen procesos psicosociales básicos esenciales en el ser humano y con un peso determinante en nuestras decisiones y actuaciones. Segundo, porque lo queramos o no, la justicia tiene un importante papel en nuestras vidas ya que de ella se derivan decisiones que pueden condicionar nuestro destino de manera irremediable. No cabe duda de que se está produciendo una judicialización progresiva de la vida social y, más concretamente, de las relaciones personales.

Influencia del aspecto físico en las atribuciones de culpabilidad y en el castigo

El aspecto físico de una persona es una característica que influye en cómo los demás la perciben. Es bastante frecuente que, para hacer juicios sobre las personas, nos basemos en la primera impresión que tenemos y que lleguemos a inferir su personalidad o carácter a partir de ese único dato que, en la mayoría de los casos, es un rasgo físico (sexo, raza, aspecto, atractivo, o similares).

Por lo que respecta al atractivo físico, está claramente comprobado que a las personas atractivas se les suelen atribuir, además, otros rasgos y atributos positivos, de acuerdo con la teoría implícita “lo bello es bueno” (Dion, Berscheid y Walster, 1972; Eagly, Ashmore, Makhijani y Longo, 1991). También sabemos que un rostro risueño incrementa el atractivo físico (independientemente de cuál sea realmente este atractivo físico), lo que, a su vez, está asociado con otorgarle otros atributos positivos (Reis y cols., 1990).

La percepción de emociones y la formación de impresiones constituyen áreas de gran aplicabilidad en el ámbito de la Justicia. Así, en numerosas ocasiones, jueces y jurados deben emitir un veredicto e imponer un castigo en situaciones en las que las pruebas son insuficientes o incluso, contradictorias. Es precisamente en estos casos, cuando la evidencia es escasa o dudosa, cuando cobran gran importancia otras “pruebas” o variables, como el aspecto físico de los acusados o de las víctimas. La creencia tan ampliamente mantenida de que lo “bueno es bello” tiene importantes repercusiones en tanto en cuanto puede elicitar impresiones positivas de una persona culpable y conducir a una mayor clemencia en el castigo (Forgas, O'Connor y Morris, 1983; La France y Hecht, 1995). Por otra parte, a una persona sonriente, o físicamente atractiva, se le suele asignar castigos menos severos que a una persona no sonriente o menos atractiva, aún cuando a ambas se las atribuya el mismo grado de culpabilidad (La France y Hecht, 1995). Numerosos estudios coinciden en que el atractivo físico produce un *sesgo de lenidad* (benevolencia o indulgencia) en la determinación de la culpabilidad y el castigo (DeSantis y Kayson, 1997).

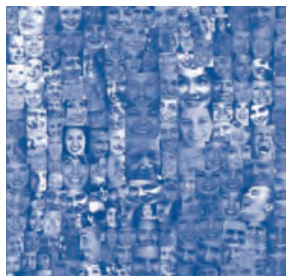
No obstante, este efecto no es directo, sino que puede depender de tres factores:

- Del tipo de trasgresión. Se ha encontrado que el sesgo de lenidad (o benevolencia) que favorece a los acusados considerados atractivos se da sobre todo cuando se trata de delitos poco graves, pero no cuando se juzgan delitos más serios (Mazzella y Feingold, 1994).
- De las instrucciones que se les den a quienes han de juzgar el caso (sobre todo cuando se trata de un jurado). Lieberman (2002) examinó la relación entre el sesgo de lenidad y el atractivo físico en participantes que fueron inducidos a usar, bien un tipo reprocesamiento racional, bien un tipo de procesamiento emocional, en un caso de responsabilidad civil. Lo que encontró el autor es que sólo se producía el sesgo de lenidad en aquellas personas que utilizaban un tipo de procesamiento emocional. El tipo de procesamiento racional se inducía cuando a los participantes se les daban instrucciones expresas de que no atendieran a las características del acusado y de que se ciñeran, por tanto, a las pruebas objetivas presentadas (la típica frase que estamos acostumbrados a oír en las series televisivas de “sobre la base de la evidencia”).
- De si se trata de hacer atribuciones de culpabilidad o de castigo. Micheleni y Snodgrass (1980) sugieren que el atractivo físico puede tener efectos diferentes en la valoración de culpa o castigo debido, fundamentalmente, a que la culpa requiere evaluaciones más objetivas (qué pruebas objetivas lo incriminan: situado en la escena del crimen, coartada, pruebas físicas, y otras), mientras que el castigo requiere evaluaciones más subjetivas (la propia importancia que quien ha de juzgar otorga al delito que se juzga).

Percepción de emociones y su impacto en la sala de justicia

Además del atractivo físico, otros estudios se han centrado en analizar cómo influyen determinadas expresiones, como la sonrisa, en la evaluación de las personas y las atribuciones de culpabilidad. Forgas y cols. (1983) llevaron a cabo un estudio para evaluar cómo las expresiones faciales influían en la decisión de atribuir responsabilidad personal. Debemos hacer una breve anotación al lector para indicar que en el ámbito jurídico, más importante aún que la atribución de causalidad es la atribución de responsabilidad (véase Expósito y Moya, 2005). La *responsabilidad personal* sería la combinación de la atribución de culpabilidad y el merecimiento de castigo por lo que ha hecho. Los autores presentaron un escenario de un estudiante que había hecho trampas en un examen, con consecuencias medias o severas, y presentaron la fotografía del estudiante manipulando la expresión facial (sonrisa espontánea vs. expresión facial neutral). Los resultados hallados mostraron evaluaciones más positivas de los estudiantes y juicios menos severos de responsabilidad, cuando el estudiante mostraba una sonrisa, en comparación a los estudiantes que mostraban una expresión neutral, y esto ocurría especialmente cuando se trataba de una trasgresión con consecuencias negativas intermedias.

Estudios realizados por Forgas (1988) mostraron una interacción entre el atractivo físico y la sonrisa en la atribución de responsabilidad en una situación de estudiantes que hacían trampa en un examen y en este caso las trasgresoras eran mujeres. Encontraron que la sonrisa estuvo positivamente relacionada con valoraciones de mayor atractivo físico, aunque el sesgo de lenidad sólo apareció en acusadas sonrientes no atractivas. Esto es, no hubo lenidad (reducción del castigo) para aquellas acusadas sonrientes y atractivas que habían sido consideradas más responsables de la trasgresión. Según Forgas, tener buen aspecto y sonreír después de cometer una trasgresión o violar una norma, puede ser considerado “excesivo” y podría llevar a que el perceptor se formara una impresión negativa de la persona.



La France y Hecht (1995) realizaron un estudio para medir diferentes tipos de sonrisa. Trataban de comprobar si esta producía diferentes grados de suavidad o lenidad en el castigo. Al mismo tiempo, intentaban indagar posibles efectos mediadores en la relación sonrisa-lenidad. Los participantes en el estudio fueron más condescendientes en la asignación de castigos (lenidad) a los acusados sonrientes (independientemente del tipo de sonrisa que los autores manipularon) que a los acusados no sonrientes, aunque la sonrisa no tuvo efecto en los juicios de culpabilidad.

Parece ser que la honestidad (o incluso la credibilidad) del acusado está medida por la relación sonrisa-lenidad, de modo que los acusados sonrientes eran percibidos como más honestos que los no sonrientes y esta percepción de honestidad pudiera llevar a los participantes a considerar que eran merecedores de castigos menos severos, lo que explicaría el efecto sonrisa-lenidad. Ruback (1981) encontró resultados parecidos, de modo que los acusados que sonreían durante una vista previa eran percibidos como más honestos, y quienes eran percibidos como más honestos recibían recomendaciones más benevolentes para la libertad bajo palabra y salida de prisión.

Sexo y género

Los resultados de las investigaciones sugieren que cuando se trata de juzgar delitos o casos comparables, los acusados varones que eran atractivos recibían significativamente menos años de prisión en comparación con los acusados varones no atractivos, pese a haber sido ambos declarados igualmente culpables de los crímenes imputados. Un efecto similar se ha encontrado en el caso de que las personas acusadas fueran mujeres (Landy y Aronson, 1969).

No obstante, respecto al efecto de la variable género en los juicios de culpabilidad y castigo, los resultados no son del todo concluyentes, ya que parece importante la relación entre el sexo del que juzga y el sexo de la persona juzgada:

- Abwender y Hough (2001) encontraron una clemencia significativa en el castigo asignado a aquellos acusados atractivos cuando los participantes eran mujeres pero no cuando eran hombres.
- Wuensch, Castellow y Moore (1991), por su parte, en un escenario de allanamiento, encontraron que las participantes mujeres juzgaban a los hombres atractivos más indulgentemente que a los no-atractivos, pero este sesgo no apareció cuando las acusadas eran mujeres. Por otra parte, los participantes varones no mostraron el sesgo cuando juzgaban a uno u otro sexo.
- Efran (1974) también encontró el sesgo de lenidad cuando se trataba de participantes varones que evaluaban a trasgresores mujeres, pero no ocurrió así cuando eran participantes mujeres evaluando a trasgresores hombres.

En términos generales, podríamos decir que los participantes varones son menos influenciados a la hora de atribuir culpabilidad y castigo a una acusada mujer y atractiva frente a una no atractiva, mientras que las participantes mujeres parecen dejarse influir más por el atractivo físico cuando valoran culpabilidad o castigo de trasgresores masculinos. Los hombres parecen ser más benévolos hacia las mujeres que hacia los hombres en general, en lo que a cuestiones criminales se refiere (Abel y Watters, 2005).

El caso de mujeres maltratadas que asesinan a sus agresores: el papel de la prototipicalidad en las atribuciones de culpabilidad

Durante las dos últimas décadas, “el síndrome de la mujer maltratada” ha tratado de recoger la situación tan complicada que viven muchas mujeres que han sido agredidas por sus parejas. Si bien la formulación de este síndrome ha sido una herramienta útil en cuanto que ha servido a muchos clínicos y personas de la calle para entender cuál es la verdadera situación que viven las mujeres que son maltratadas y cuál es la sintomatología que desarrollan como consecuencia de la exposición prolongada y mantenida a condiciones de violencia y abuso, aún está por determinar si la utilización de dicho síndrome puede constituir una ayuda o por el contrario, un obstáculo en la defensa de aquellas mujeres maltratadas que han asesinado a sus parejas como única salida a la situación de violencia en la que viven (Schneider, 2000).

Cuando nos encontramos con estos casos, lo más común es alegar que el asesinato de la mujer perpetrado contra su maltratador ha sido en legítima defensa (Terrance y Matheson, 2003). En condiciones normales, un veredicto de no culpabilidad basado en defensa propia descansa fundamentalmente en la creencia de que las personas llevan a cabo acciones razonables (cualquiera en su lugar lo habría hecho) para defenderse a sí mismas de un daño físico e inminente (Farr, 2002; Walker, 1993). Sin embargo, las circunstancias legales que regulan la autodefensa o legítima defensa y las circunstancias más habituales que rodean el homicidio en estos casos, suelen ser por definición, contradictorias y opuestas a lo establecido por ley (Schneider, 2000). Lo que suele ocurrir en este tipo de casos, es que una mujer que acaba de recibir una paliza brutal por parte del marido suele pensar que es bastante probable que la situación pueda ir a peor y que incluso su vida corra peligro. En estos casos, cuando las mujeres suelen estar paralizadas por el miedo y pensando sólo en cómo ponerse a salvo, es poco probable que respondan a la agresión de forma activa, esto es, defendiéndose o atacando al marido en el momento del incidente. Más bien lo que ocurre es que “la defensa” (que en este caso es el ataque) se lleva a cabo poco tiempo después, cuando él está dormido o descuidado.

No obstante, para aplicar un veredicto de no culpabilidad basado en la defensa propia, es necesario considerar que la persona lleva a cabo una acción con resultado de muerte porque en ese momento (del incidente) teme por su vida y no tiene otra opción que defenderse del ataque empleando una fuerza que puede incluso resultar mortal.

La cuestión está en que, cuando hablamos de mujeres maltratadas, no podemos hacer comparaciones con los demás casos en los que una persona que es agredida se defiende de forma tal que acaba con la vida de su agresor. En estos casos, la historia de maltrato, la relación entre el agresor y la víctima, y la presencia de hijos, entre otros, constituye una situación única que no es comparable con ningún otro tipo de agresión. Estamos desgraciadamente muy acostumbrados a oír y ver la noticia de mujeres que mueren a manos de sus maridos o compañeros después de haber aguantado años de maltrato, incluso sin haber puesto nunca una denuncia ni habérselo contado a nadie. Este hecho es un claro indicador de las secuelas que genera en las víctimas el maltrato crónico e incluso extremo, y podemos imaginar la incapacidad que muchas mujeres pueden sentir para salir de esa situación. Los expertos en este tema explican la forma en la que los diferentes estados psicológicos por los que pasan las mujeres maltratadas pueden ayudar a explicar el hecho de que una mujer perciba que está en peligro inminente, aun después de haber pasado el incidente violento y que contemple el homicidio como la única salida a su situación (Walker y Shapiro, 2004). Es por este motivo por el que cada vez con

mayor frecuencia se ha utilizado el testimonio de expertos que hablan del *síndrome de la mujer maltratada* como alegación de eximente o atenuante en casos de homicidio.

Existe una gran cantidad de falsas creencias y distorsiones en lo que la gente en general piensa acerca de cuál es el perfil de una mujer maltratada y, por tanto, qué comportamientos pueden esperarse de ella. A través de comparaciones de personas legas con expertos (Dodge y Greene, 1991) se ha encontrado que las personas legas solían creer, en mayor medida que los expertos, que las mujeres maltratadas eran personas pasivas y dependientes y que debido a su inestabilidad emocional sufrían todo tipo de abuso, de forma que llegaban incluso a culparlas de su propia victimización (Russell, 1999). Los hombres, en comparación con las mujeres, y las personas de más edad, eran quienes mantenían un tipo de creencias más alejadas de las defendidas por los expertos.

El testimonio experto, algo muy importante y frecuente en el sistema judicial, se apoya fundamentalmente en el trabajo de Walker (1979) sobre el ciclo de la violencia, en el que, la autora, describe que las mujeres maltratadas normalmente se sienten culpables del abuso del que son objeto e incapaces de salir de dicha situación debido a su baja autoestima, escaso poder en la relación, dependencia económica del marido, aislamiento social y sobre todo, miedo a las represalias. Walker se apoya en la *Teoría de Seligman* sobre la indefensión aprendida para explicar por qué una mujer puede llegar a permanecer en una situación de maltrato durante años y ser incapaz de generar alternativas que le permitan escapar.

Uno de los principales obstáculos para hacer un juicio justo de las mujeres víctimas de violencia doméstica ha sido precisamente la imposibilidad de conjugar una contradicción aparente entre el uso de la fuerza por parte de estas mujeres cuando asesinan a sus maridos y las características (pasividad, sumisión y similares) asociadas al síndrome de la mujer maltratada que acabamos de relatar.

La cuestión más importante es que no todas las mujeres se ajustan a las características típicas de las mujeres maltratadas, tal y como se recoge en el síndrome y, por tanto, si se alega este síndrome como prueba de que la mujer actuó en defensa propia, puede ocurrir, como de hecho ha ocurrido, que en ocasiones este tipo de alegaciones supone un inconveniente más que un beneficio para que las mujeres maltratadas que han asesinado a sus parejas tengan un juicio justo.

¿Qué pasaría si una mujer que no encaja en el criterio de lo que todos entienden (jueces y jurado, fundamentalmente) que es una mujer maltratada, alega este síndrome para justificar que ha matado a su marido-maltratador, en defensa propia? Terrance y Matheson (2003) realizaron un estudio en el que encontraron que cuanto más se desviaba la acusada de la creencia que tenía el jurado de lo debía ser una mujer maltratada, más duro era el veredicto emitido.

La mayoría de los expertos suelen presentar a las mujeres maltratadas como personas débiles e indefensas, y por tanto cuando en un juicio nos encontramos con una mujer que actúa contrariamente a lo que se espera de ella, su credibilidad se pone en tela de juicio y además, se le atribuye mayor responsabilidad de los actos que se le imputan (lo que se conoce en términos legales como premeditación, y que constituye un agravante).

Los factores psicosociales (como creencias, esquemas mentales, estereotipos) implicados en la toma de decisión sugieren que los jurados evalúan los casos considerados “típicos” de manera diferente a como evalúan los casos considerados “atípicos”. El grado en el cual un acusado es típico, sea cual sea el caso que se juzgue, constituye un papel importantísimo en la toma de decisión de los jueces y jurados. Según la *Teoría de la prototipicalidad* (Rosch, 1975), cuantas más características pertenecientes a un prototipo (en este caso, de mujer maltratada) estén presentes, mayor

ajuste se percibe con el prototipo. Las respuestas de los jurados pueden depender del grado de tipicidad de los acusados. Numerosos estudios en este campo han mostrado que las personas, en general, compartimos un prototipo de mujer maltratada (Russell, 1999) y parece lógico pensar que, si esas características constituyen los aspectos que verdaderamente piensan los jurados que definen a una mujer maltratada, su presencia o ausencia podría tener un efecto en el veredicto. Esas representaciones podrían influir en los juicios de culpabilidad, especialmente cuando éstas se comparan con el prototipo estándar descrito por los expertos.



Russell y Melillo (2006) realizaron un estudio en el que manipularon la tipicidad de la acusada, esto es, si se ajustaba a las características típicas de una mujer maltratada (tanto en atributos físicos —ser joven, de aspecto débil, deteriorada físicamente; como sociales —sin trabajo, dependiente del marido, con hijos; y psicológicos— escondía los signos de la agresión, deprimida, con sentimiento de culpa) y el escenario en el que ocurrían los hechos (esto es, si era una situación pasiva —la mujer asesinaba a su marido después de haber sufrido una agresión, aprovechando que él estaba dormido— o activa —la mujer asesina al marido durante la discusión que mantenían y mientras él la estaba agrediendo ella coge un cuchillo y lo mata).

El estudio pretendía comprobar empíricamente la Teoría del prototipo dentro del ámbito forense, es decir, cómo los atributos prototípicos de la acusada afectan al juicio de culpabilidad que emitía el jurado. Los resultados hallados confirmaron las premisas de las que las autoras partían: se confirmaron los efectos de la tipicidad y del tipo de respuesta, de tal manera que en la condición atípica/activa (la mujer no encajaba con el prototipo de mujer maltratada y se enfrentaba al marido) se producían mayor número de veredictos de asesinato en segundo grado, mientras que en la condición típico/pasiva (la mujer encaja con el prototipo de mujer maltratada y no se enfrenta al marido) se producía mayor número de veredictos basados en la legítima defensa.

Tal y como se esperaba, se confirmaron los efectos de género, y los hombres realizaban más veredictos de culpabilidad que las mujeres. En términos generales, las mujeres dieron más veredictos de no culpabilidad mientras que los hombres los dieron de asesinato en segundo grado. No hubo, sin embargo, diferencias significativas en los veredictos de homicidio involuntario. Además, las mujeres percibían con mayor probabilidad que los hombres que se cumplían los requisitos de autodefensa, mientras que los hombres percibían, en mayor medida que las mujeres, que las acusadas disponían de más y diferentes posibilidades de afrontar la situación de abuso (en lugar de asesinar al marido) así como menor posibilidad de que la acusada encajara en la tipología de mujer maltratada. Por todo ello, los hombres tendían a asignar juicios más severos.

Una de las posibles razones de tales diferencias pudiera estar en la posibilidad de que los hombres no tengan las mismas representaciones de las mujeres maltratadas que tienen las mujeres. Sin embargo, otra explicación verosímil podría ser el hecho de que hombres y mujeres se usan a sí mismos como punto de referencia para tomar decisiones tratando de salir beneficiosos en dichas comparaciones, tal y como señala la *Teoría de la atribución defensiva* de Shaver (1970). La percepción de las atribuciones de violencia doméstica y violación está a menudo influida por la interacción del sexo del que percibe con los mitos y estereotipos asociados a estos hechos, como se ha documentado en numerosos estudios que han investigado las diferencias en la percepción de violencia doméstica y casos de violación de hombres y mujeres. Es más probable que las mujeres se vean menos influidas por los mitos y estereotipos negativos hacia la mujer maltratada (y violada) y es más probable que evalúen más objetivamente los factores que constituyen dicho tipo de agresiones.

La explicación que da Shaver en su Teoría de la atribución defensiva sugiere que las mujeres atribuirán menos culpabilidad a las mujeres víctimas de violencia doméstica y violación que los hombres, ya que es más probable que las mujeres se perciban a sí mismas en una situación similar y se reconozcan como posibles víctimas potenciales. Es menos probable que las mujeres culpen a las víctimas de provocar la situación, ya que consideran la violencia doméstica como un problema más serio que los hombres. Además, es menos probable que perciban la violencia doméstica como justificada y por tanto que tengan actitudes más favorables hacia las víctimas (Pierce y Harris, 1993). Un estudio sobre los jurados femeninos indica que éstos culpan menos a las víctimas y es más probable que crean su testimonio en comparación con los jurados masculinos (Schuller, Smith y Olson, 1994).

Lo cierto es que tanto clínicos como teóricos e investigadores, coinciden en afirmar que el síndrome de la mujer maltratada ha creado una visión estereotipada de ésta, una especie de prototipo, con el que cualquier mujer puede ser comparada. Resulta por tanto crucial saber si, una mujer que se desvía de ese estereotipo y que alega haber sido maltratada, está en desventaja o no, debido a la existencia de este prototipo, cuando se enfrenta a un proceso judicial. Los estudios realizados en esta línea apuntan a que este hecho es cierto, y que las personas en general (y los jueces y jurados, en particular) pueden llegar a determinar la culpabilidad o la inocencia de la acusada como resultado de comparar sus características con las del prototipo, de tal manera que, si hay un ajuste suficiente, es más probable que se emita un veredicto exculpatório. Una acusada atípica será percibida con mayor número de opciones como respuesta a su situación de maltrato y será más cuestionada en cuanto a los motivos que alega para justificar sus actos.

La importancia del estudio de los procesos de percepción de emociones, formación de impresiones y atribución, abordados en este capítulo, creemos que son de gran interés, sobre todo cuando constatamos que dichos procesos tienen importantes implicaciones en ámbitos aplicados y que conforman hechos de la vida real, como son los procesos penales. Podemos decir que hemos avanzado mucho en el conocimiento de lo que es el fenómeno de la violencia de género, el síndrome de la mujer maltratada, etc., pero que aún nos queda mucho por avanzar. Desde que Dodge y Greene (1991) compararan la visión que tenían los expertos sobre el maltrato con la de ciudadanos legos, hemos ido acercando las opiniones y lo más importante, ajustándolas a la realidad del fenómeno. Si bien entonces los expertos solían mantener la creencia de que las mujeres maltratadas pensaban que era imposible escapar de sus agresores y se culpaban a sí mismas de su situación de abuso, mostrando altos índices de ansiedad y depresión; las personas legas en la materia tenían una visión de las mujeres maltratadas como personas dependientes, pasivas, que provocaban de algún modo las agresiones que sufrían y

que permanecían en la relación por su inestabilidad emocional o por su masoquismo. Hoy día, afortunadamente la visión de la mujer maltratada se ha ajustado más a la realidad, y el perfil que mantienen los legos coinciden en mucho con el de los expertos. No obstante, es necesario insistir en que el prototipo de mujer maltratada no sólo es el producto del conocimiento del síndrome (labor realizada por los expertos), sino que ese prototipo también es el reflejo de cambios actitudinales que se han ido produciendo a través del tiempo y en el que los medios de comunicación han desempeñado una labor significativa.

Lo que ha mostrado la evidencia en casos aplicados es que en el contexto de la evaluación de criminalidad en aquellos casos en los que se alega legítima defensa, las personas suelen confiar en sus propias expectativas de lo que para ellos constituye ser una mujer maltratada. Podemos decir, sin temor a equivocarnos, que los prototipos, esquemas, estereotipos, etc., que llevan los jueces y jurados a la sala de justicia, actúan como filtros a la hora de evaluar la información y las pruebas que se aportan de cara a realizar juicios de culpabilidad (Schneider, 2000; Terrance y Matheson, 2003; Russell y Melillo, 2006).

10.6 Resumen

Este capítulo ha tratado de familiarizar al lector con algunos de los principales procesos psicosociales básicos que están tan presentes en nuestra vida cotidiana e influyen en nuestra toma de decisiones. Cuando nos relacionamos con los demás, ya sea en un ambiente íntimo, laboral o social, necesitamos poder predecir su comportamiento actual y futuro, para lo cual nos basamos tanto en la información que esas personas presentan como en nuestro conocimiento previo.

La información percibida procede en muchas ocasiones de procesos perceptivos prácticamente automáticos o inconscientes, como la impresión causada por el aspecto físico, la forma de hablar, los gestos, entre otros muchos aspectos.

Esa impresión suele actuar como un ancla en torno a la cual solemos elaborar una teoría acerca de cómo es esa persona y esta teoría nos va a guiar a la hora de explicar su comportamiento.

Este proceso que acabamos de describir, tiene una función adaptativa y nos protege ante eventos incontrolables. Sin embargo, nuestras percepciones no están exentas de verse influidas por nuestros deseos, valores y creencias previas (sean estas últimas correctas o no).

Términos de glosario

Atribución de culpabilidad

Atribución de responsabilidad

Comunicación no verbal

Formación de impresiones

Sesgo atributivo

Teorías de la atribución

Lecturas y otros recursos recomendados

Expósito, F. y Moya, M. (2005). Aplicaciones psicosociales de la teoría de la atribución. En F. Expósito y M. Moya (Coords.), *Aplicando la Psicología Social* (pp. 79-94). Madrid: Pirámide. En este capítulo, a la vez que se presentan de forma resumida las principales teorías sobre la atribución, se presta especial atención a las aplicaciones sociales de dichas teorías en los campos de la salud mental (depresión), las relaciones interpersonales (satisfacción y conflicto en las relaciones de pareja), y la esfera judicial.

Fernández Dols, J. M. (1999). El comportamiento no verbal. En J. F. Morales (Coord.), *Psicología Social* (pp. 175-191). Madrid: McGraw-Hill.

Uno de los pocos capítulos en castellano en los que se expone de forma sistemática el tema del comportamiento no verbal, por uno de los principales expertos internacionales.

Las emociones en Psicología social

Itziar Fernández Sedano y Pilar Carrera Levillaín

Objetivos

- Presentar la relación existente entre emoción y Psicología social.
- Mostrar los conceptos que guardan relación con las emociones.
- Examinar la evolución histórica en el estudio de las emociones.
- Analizar la taxonomía, leyes y funciones emocionales.
- Estudiar los efectos del contexto social sobre las emociones.
- Exponer las diferencias culturales en torno a las emociones.
- Explorar qué influencia tienen las emociones sobre la salud.

11.1 ¿Por qué este tema en un manual de Psicología social?

Las personas tendemos a hablar de *comportamientos emocionales* cuando observamos ciertas expresiones, como una sonrisa, cuando apreciamos ciertos cambios fisiológicos, como el sonrojo, o cuando experimentamos estados de ánimo como la tristeza. Nuestra tendencia es atribuir significado a los comportamientos propios y ajenos. Los significados emocionales son uno más de esos significados.

En este capítulo repasaremos cómo la Psicología social ha abordado la atribución de emociones a ciertos comportamientos, especialmente a los no verbales relacionados con la expresión facial. Veremos cómo lo que aparentemente son atribuciones universales plantean algunos interrogantes todavía sin resolver. Pensemos en algunos ejemplos: qué ocurre cuando un gallego siente morriña, es decir, esa sensación de añoranza, melancolía y nostalgia por la lluvia, a la que se añade una mezcla de tristeza y recuerdo por ese verde específico, que caracteriza al paisaje tan particular del noroeste español. ¿Podemos presuponer que este sentimiento es universal,

que va a ser experimentado por todas las personas? Y si vemos lágrimas en un rostro, ¿podemos decir con total seguridad que esa persona está triste? Intentaremos despejar estos interrogantes a lo largo del presente capítulo, ya que la Psicología social trata de dilucidar cómo influye el contexto social en las emociones que se sienten y en las interpretaciones que hacemos sobre los sentimientos de otros.

Las emociones y la Psicología social están profundamente interconectadas. En este sentido, Parrott (2001, p. 1) expone que las emociones son en sí mismas sociales y los fenómenos sociales son en sí mismos emocionales. Este juego de palabras cobra especial sentido cuando analizamos ciertos fenómenos sociales, como el hecho de tener que emitir un discurso ante una audiencia y el consiguiente miedo al ridículo que sienten algunos oradores al hablar en público. O las emociones de ira o tristeza que sentimos cuando nos critican otras personas. Pero incluso cuando estamos solos y nos emocionamos, es muy probable que sea por pensar en hechos en los que intervienen otras personas. Son muy escasos los ejemplos de situaciones que nos provocan emociones y que no tienen que ver con contextos sociales, por ejemplo el asco al probar un alimento en mal estado, pero aun en casos como éste es probable que nuestra reacción esté mediada por el contexto social: las normas sociales aprendidas nos dirán cómo actuar (por ejemplo, poner cara de asco y escupir, aguantar o incluso sonreír).

Además de lo expuesto hasta ahora sobre el hecho de que las emociones están inscritas en el contexto social que rodea a la persona, no podemos pasar por alto que la cultura, como marco social más amplio, también influye sobre el significado que otorgamos a los eventos. Así, por ejemplo, dependiendo de la cultura, cuando estamos en un funeral podemos llorar o no. Es decir, las culturas promueven diferentes actitudes, valores y autoconceptos (Páez, Fernández, Ubillos y Zubieta, 2003) que van a determinar cómo interpretamos los hechos. Estas cuestiones serán analizadas en los estudios transculturales que se muestren a lo largo del presente capítulo.

Bien mirado, no debería sorprendernos el estudio de las emociones en un manual de Psicología social. De hecho, las emociones son un ingrediente esencial de muchos procesos que estudia la disciplina, y, como se verá a lo largo de este texto, es inevitable conectar la agresión con la ira o enfado, el altruismo con los sentimientos de culpa o la empatía, el prejuicio con el miedo, o la persuasión con los sentimientos de miedo que inducen los mensajes. Por lo tanto, para analizar muchos de los fenómenos sociales se hace necesario el estudio de las emociones.

A la vista de lo anterior, este capítulo intentará proporcionar un marco teórico sobre las emociones, con el objetivo de explicar por qué su estudio es importante para la Psicología social. Seguidamente, se presentará un conjunto de definiciones para delimitar el término emoción diferenciándolo de otros conceptos, para pasar luego a analizar algunos modelos que a lo largo de la historia se han ido gestando en torno al estudio de las emociones. A través de toda la exposición se verá cómo el contexto social influye sobre los procesos emocionales. Además, se mostrarán algunos estudios que confirman las diferencias transculturales en relación con la vivencia emocional y, finalmente, se mencionarán algunas aportaciones del campo de las emociones sobre la salud.

11.2 El concepto *emoción* y su delimitación respecto a otros términos afectivos

Cuando nos piden que describamos cómo nos sentimos, todos emitimos respuestas que incluyen una gama de afectos, sentimientos y otros términos emocionales. Pero otra cuestión bien

distinta es intentar describir desde la ciencia qué es emoción, ya que, aunque en apariencia es sencillo, no resulta una tarea fácil. Quizás esto es debido a que, como pasa con la mayoría de los conceptos de la Psicología social, solemos entremezclar lo que las personas legas opinan sobre este tema con las descripciones precisas que los psicólogos realizan sobre esta cuestión.

En esta línea, Russell y Lemay (2000) sugieren que esta diferenciación en el tratamiento sobre la emoción lleva a discriminar entre una aproximación meramente descriptiva (cómo describen los conceptos las personas en su vida cotidiana) y una más prescriptiva, desarrollada desde la Psicología con el método científico, para tener en cuenta todos los procesos emocionales. Nosotros, en un manual de la disciplina, optamos por esta última perspectiva, desde donde trataremos de mostrar las definiciones que sobre el concepto de emoción han ido proponiendo diferentes modelos teóricos.

Definiciones del concepto *emoción*

No existe una definición única ni precisa del concepto *emoción*, pero sí puede expresarse su significado teniendo en cuenta las aportaciones de diferentes autores y perspectivas. Así, Paul Ekman (1992) define la emoción como un patrón adaptativo de reacción corporal, en gran medida innato, producto de la filogénesis, que tiene como componentes esenciales atributos fisiológicos y motórico-expresivos, en particular faciales.



Paul Ekman (Universidad de California en San Francisco). Sus investigaciones se centran en las expresiones emocionales. Basándose en Darwin, supone la existencia de *emociones básicas* ligadas a la supervivencia del individuo y de la especie. Realizó estudios transculturales que le llevaron a trabajar con pueblos alfabetizados y no-alfabetizados en diferentes continentes con objeto de comprobar si el reconocimiento de las expresiones emocionales era universal.

Por el contrario, desde la perspectiva del procesamiento de la información, las emociones se consideran un fenómeno semántico, archivado en la memoria, junto con conductas fisiológicas y motoras. Así, las emociones serían un proceso interactivo entre dimensiones expresivo-motoras, esquemático-perceptivas y conceptuales abstractas (Leventhal, 1984).

Una definición clásica de las emociones es la que las califica como un constructo subyacente a reacciones subjetivas (vivencia o sentimiento y verbalización), fisiológicas y conductuales (motórico-expresivas y de acción).

- El componente subjetivo suscita bastante controversia ya que, muchas veces, la cuestión importante es determinar si se trata de un estado de sentimiento, de un proceso cognitivo, o de una combinación de sentimiento y cognición.
- Por lo que respecta al componente fisiológico, es relevante la actividad del sistema nervioso autónomo y del sistema nervioso somático.
- El componente motor o conductual-expresivo se fundamenta en la observación de los gestos y posturas corporales, los cambios faciales, o la entonación de la voz, así como en aspectos que denotan la preparación para la acción o afrontamiento (Izard, Kagan y Zajonc, 1984).

Por su parte, Klaus Scherer (1984), desde una perspectiva más integradora, amplía la tríada reactiva —expuesta en la definición anterior— y especifica cinco componentes de los estados emocionales, a saber:

- El componente de evaluación cognitiva.
- El de expresión motora.
- El de motivación o de intención y realización de conducta.
- El de sentimiento subjetivo.
- El componente fisiológico de activación.

En la actualidad existe una aproximación, cada vez más consensuada, que comparte la idea de que es imposible dar una definición cerrada de la categoría emoción y opina que es mejor definir dicho concepto en términos de prototipo, aceptando la existencia de límites borrosos que permiten que un mismo ejemplo o atributo típico pueda en algunas ocasiones solaparse en varias categorías. Esta perspectiva presupone la existencia de características prototípicas asociadas (Fehr y Russell, 1984; Shaver, Schwartz, Kirson y O'Connor, 1987).

Así, existiría un núcleo de definición que, según los construccionistas sociales, estaría formado por:

- Los atributos de activación fisiológica.
- La vivencia de pasión o descontrol.
- Una situación causal.
- Una tendencia de acción, unida a normas sociales.

Es decir, esta perspectiva prototípica concibe la emoción como una secuencia de antecedentes y reacciones fisiológicas, expresivas y conductuales, si bien ningún componente de la emoción es necesario ni suficiente. Así, por ejemplo, para que se produzca la emoción de alegría no es ni necesario ni suficiente manifestar la reacción expresiva que se caracteriza por la sonrisa.

Por tanto, la emoción puede ser definida como un conjunto de respuestas o de procesos activados por un estímulo desencadenante (Philippot, 1993, pp. 177-179). Piénsese, por ejemplo, en la muerte de un ser querido. Este estímulo produce la emoción de tristeza, la cual se puede caracterizar por los siguientes atributos típicos: postura decaída, llorar, hablar poco o nada, abandono del contacto social, sentir añoranza y nostalgia, así como por una sensación de impotencia, entre otros.

Rom Harré y Gerrod Parrott, en el libro *The Emotions*, sugieren que “la emoción está socialmente constituida, pero es también socialmente constituyente: la clase de pueblo que somos depende en un grado significativo de los tipos de emociones que estimamos y que valoramos” (Harré y Parrott, 1996, p. 112).



W. Gerrod Parrott (Universidad de Georgetown). El Profesor Parrott está interesado en el concepto de emoción y en las funciones sociales de la vergüenza, la culpa, la envidia y los celos, así como en la influencia de la autorregulación emocional sobre el pensamiento.

Además, la emoción sería un fenómeno relativamente aislado en el tiempo, que experimentamos con independencia de nuestra voluntad y que se produce con respecto a una situación, objeto o persona concreta que es personalmente relevante. A diferencia de los estados de ánimo, en las emociones las personas sí saben cuál es su origen (Averill, 1997, cit. en Fernández-Dols, Carrera y Oceja, 2002, p. 235).

Por último, no queremos dejar de destacar la propuesta clarificadora de James Russell y Lisa Feldman Barrett (1999). Estos autores critican la falta de concreción del concepto de emoción, su amplitud excesiva y el problema derivado del hecho de que incluya, como si fueran semejantes, fenómenos claramente diferentes. Su propuesta alternativa es:

- Introducir el concepto de *core affect* (o *núcleo afectivo*) para aludir a los procesos elementales básicos de placer y activación que subyacen a las emociones y de los que somos conscientes. Aquí se ubicarán los modelos teóricos del afecto.
- Formular el concepto de *episodio emocional prototípico* para referirse a las categorías emocionales específicas que implican causas, reacciones afectivas, cognitivas y conductuales. Aquí encajarían los modelos de producción y reconocimiento de tales episodios emocionales específicos.

Con esta diferenciación entre *core affect* y *episodio emocional prototípico* resulta ya posible entender por qué en el núcleo afectivo se encuentran las experiencias universales de placer y activación, que luego se traducirán diferencialmente en episodios emocionales concretos según el contexto social y cultural donde tenga lugar la experiencia.

Términos relacionados con el concepto *emoción*

Vistas algunas de las definiciones que se han propuesto sobre la emoción, ahora es preciso diferenciar este término de otros que normalmente se utilizan como sinónimos. En concreto, *estado de ánimo*, *afecto*, *sentimiento* y *pasión*.

Estado de ánimo

Se diferencia de las emociones en que dura más tiempo, tiene menor intensidad y es difuso y global. Sin embargo, como sugieren Fernández-Dols y colaboradores, estos tres elementos no son excluyentes, ya que hay emociones de larga duración (por ejemplo, la tristeza) y estados de ánimo relativamente breves (por ejemplo, la euforia). Aunque el carácter difuso y global es un criterio que suele ser útil para diferenciar entre ambos conceptos, es decir, mientras que las emociones son sobre algo, los estados de ánimo carecen de un objeto concreto (por ejemplo, “hoy me siento mal y todo me da igual”), la emoción a veces también puede ser general (por ejemplo, miedo a toda relación social) (Fernández-Dols y cols., 2002).

Afectos

Las emociones y los estados de ánimo tienen en común que son afectos. Los afectos poseen valencia, que puede ser positiva o negativa, así como una alta o baja activación; es decir, permiten a las personas conocer el valor e intensidad que tienen las distintas situaciones ante las cuales el organismo se activa o no (para una descripción más pormenorizada del espacio afectivo, véase el Modelo circumplejo más adelante).

Algunos autores consideran que la característica que mejor describe los afectos es que en ellos no intervienen los procesos cognitivos. Zajonc (1968, 1984), al estudiar el *efecto de mera exposición*, que presenta con el lema “las preferencias no necesitan inferencias”, señala que un estímulo que hemos visto con frecuencia de forma subliminal y, por tanto, sin análisis, nos gusta más que otro que hemos observado menos frecuentemente. En otras palabras, sentimos mayor afecto positivo hacia él sin ninguna razón.

Esta propuesta radical contrasta con los modelos cognitivos de las emociones. En este sentido, el tema de las drogas es ilustrativo. La droga (por ejemplo, el placer que produce el

tabaco) es un estímulo capaz de engañar al sistema emocional en la medida en que produce reacciones afectivas positivas, es decir, hace que el organismo valore dicho estímulo como positivo, cuando en realidad un análisis de sus consecuencias llevaría a evaluarlo muy negativamente. En la vida este tipo de errores afectivos es frecuente. Por lo tanto, saber si lo que sentimos es resultado de un análisis objetivo o una mera reacción automática es algo difícil de lograr, y esto no tendría mayores consecuencias si no fuera porque los afectos determinan muchos de nuestros comportamientos de riesgo (Fernández-Dols y cols., 2002; González, Barrull, Pons y Marteles, 1998).

Sentimiento

El sentimiento es una expresión subjetiva de la emoción; es decir, la evaluación que la persona realiza cada vez que se enfrenta a una situación (Carlson y Hatfield, 1992; Izard, Kagan y Zajonc, 1984). Así, las emociones son consideradas como procesos intensos pero breves, mientras que los sentimientos son impresiones profundas, adquiridas en el proceso de socialización, por ejemplo, amor a nuestra pareja, odio a nuestros enemigos, rencor hacia un familiar (Fernández-Abascal, 2003).

Pasión

La pasión es un proceso afectivo muy profundo, de gran intensidad, y que es capaz de dominar la actividad de la persona. Según Averill (1990), la pasión se encuentra fuera del control personal. Se diferencia de las emociones en que es un estado de mayor duración e intensidad y que conlleva la focalización en un único objetivo relacionado con el objeto de pasión. Las pasiones pueden estar encaminadas hacia el desarrollo personal, como sucede con la pasión por la música, pero también pueden obstaculizar el desarrollo personal y social, como ocurre con la pasión desmedida por el poder o la fama.

El Cuadro 11.1 resume las principales diferencias entre estos tres conceptos y el de emoción.

Cuadro 11.1: *Los conceptos estado de ánimo, sentimiento y pasión comparados con el de “emoción”.*

	Duración	Intensidad	Carácter
Estado de ánimo	Mayor que la emoción	Menor	Difuso y global
Sentimiento	Mayor que la emoción	Menor	Profundo
Pasión	Mayor que la emoción	Mayor	Profundo

Una vez expuestos los términos que guardan relación con la vivencia emocional, a continuación trataremos de presentar los diferentes enfoques que históricamente han abordado el estudio de las emociones.

11.3 Tradiciones teóricas en el estudio de la emoción

En este apartado presentamos algunos modelos explicativos sobre las emociones. En primer lugar, nos referiremos a la perspectiva biológica, para pasar después a exponer las teorías que guardan relación con los aspectos cognitivos.

Orientación biológica

El psicólogo norteamericano William James, en 1884, formuló la primera teoría moderna de la emoción. Por su parte, el fisiólogo danés Carl Lange llegó a conclusiones similares (Lange, 1885).



William James (1842-1910). Fue el primero en hacer explícitas las ideas del evolucionismo de su época e integrarlas en la *Teoría de la emoción*. Uno de sus méritos está en haber señalado que la emoción es el resultado de un proceso. Para que haya emoción tiene que haber cambios en los centros motores y sensoriales.

Según la orientación psicofisiológica de James-Lange, los estímulos provocan cambios fisiológicos en nuestro cuerpo, y las emociones son el resultado de estas transformaciones fisiológicas. Cuando observamos, por ejemplo, que un oso gris nos amenaza, se van a producir cambios en nuestro organismo, como la aceleración de la frecuencia cardíaca, la respiración más profunda, la descarga de adrenalina, etc. Estas alteraciones fisiológicas, cuando son percibidas por la persona, dan origen a las emociones, en este caso al miedo. Así, tal y como indica James (1890), sentiríamos miedo porque temblamos.

Figura 11.1: Teoría de James-Lange.



En contraposición a la teoría de James-Lange, Walter Cannon propuso en 1927 otra, que pronto fue modificada por Philip Bard (1934) y se conoce como la *Teoría de Cannon-Bard*. Ésta postula que, cuando una persona se enfrenta a un evento que le afecta de alguna manera, el impulso nervioso viaja directamente al tálamo, donde el mensaje se divide. Así, una parte va hacia la corteza para originar las experiencias subjetivas (como miedo, ira, tristeza, alegría, etc.), mientras que la otra va al hipotálamo para determinar los cambios periféricos neurovegetativos (*síntomas*). Por lo tanto, las reacciones físicas y la experiencia emocional ocurren

conjuntamente, no una después de la otra. Por eso, cuando vemos al oso sentimos miedo y nos echamos a correr de manera simultánea, por lo que ninguna de estas acciones precede a la otra. Este hecho señala un aspecto importante, y es que lo que se percibe se interpreta y desencadena la respuesta emocional.



Walter Cannon (1871-1945)

Dentro de la orientación biológica es conveniente mencionar la *Teoría del feedback facial* (Izard, 1968, 1971, 1977, 1993; Zajonc, 1980). Según esta teoría, la expresión facial y la postura corporal son esenciales para experimentar una emoción. Por ello, la conducta expresiva es un elemento clave para definir la experiencia emocional, no sólo como fuente de información para que los otros interpreten nuestras emociones, sino como información para nosotros mismos sobre qué emoción debemos sentir.

En la actualidad se ha retomado esta perspectiva bajo el epígrafe de *embodiment theories*. En ellas se establecen relaciones entre los cambios fisiológicos y neurofisiológicos y la experiencia subjetiva de actitudes, percepción social y emociones (Niedenthal, Barsalou, Winkielman, Krauth-Gruber y Ric, 2005). Estas relaciones explicarían, por ejemplo, que movimientos de afirmación con la cabeza (como acuerdo) asociados a la lectura de un mensaje persuasivo consigan generar actitudes más positivas hacia el contenido del mensaje que cuando se lee el mismo mensaje moviendo negativamente la cabeza (como desacuerdo) (Wells y Petty, 1980).

En línea con la propuesta de James, según la cual la percepción consciente de los cambios corporales genera la percepción de la propia emoción, las teorías del *embodiment* defienden que las respuestas corporales facilitan el procesamiento cognitivo de los estímulos emocionales. Así, se ha podido comprobar que imitar la expresión facial del modelo sobre el que tenemos que hacer un juicio emocional facilita la exactitud del reconocimiento (Niedenthal, Brauer, Halberstad y Innes-Ker, 2001; Wallbott, 1991). Recientes trabajos de Damasio y colaboradores (Adolphs, Damasio, Tranel, Cooper y Damasio, 2000) muestran que los pacientes con lesiones en el córtex somatosensorial tienen problemas en el reconocimiento de expresiones faciales emocionales, probablemente por no poder ayudarse de la mímica y la auto-percepción de los cambios en la propia cara para el reconocimiento.

Perspectiva cognitiva

Cuando las personas hablan de cognición y emoción suelen referirse a dos facultades mentales distintas. La primera es fría, sosegada y avanza hacia las conclusiones por medio de reglas lógicas. La segunda es apasionada y llega a las conclusiones a través de los sentimientos. Sin embargo, que la emoción se defina como opuesta a la cognición no implica que en las emociones

estén ausentes los procesos cognitivos. Muchos de los malos entendidos entre distintos modelos teóricos se explican por la cerrazón en defender esta dicotomía, razón *versus* emoción, en vez de dedicar los esfuerzos a conocer sus interrelaciones.

Las teorías cognitivas sobre la emoción que a continuación se recogen parten del supuesto de que todo estímulo o situación debe ser primero identificado, reconocido y clasificado antes de pasar a evaluarlo y antes de que sea capaz de suscitar o activar una respuesta emocional a dicha interpretación. La cognición, entendida como atribución de significado a la situación que rodea a la persona que se emociona, es una condición previa necesaria de la elicitación de la emoción.

Aportación de Schachter y Singer

Una orientación cognitiva muy conocida es la *Teoría bifactorial* de Schachter y Singer (1962), que defiende la participación tanto de respuestas fisiológicas como cognitivas en la generación de emociones. Su propuesta está inspirada en los trabajos del doctor Marañón (1924), que cayó en la cuenta de que en algunas situaciones sus pacientes se “emocionaban” al recibir una inyección de adrenalina.



Gregorio Marañón (1887-1960)

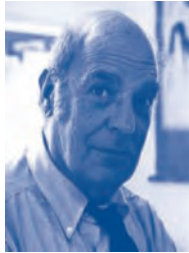
Más tarde, Cantril y Hunt (1932) observaron que la reacción emocional dependía del significado emocional atribuido a los estímulos que acompañaban a la inyección del activador del sistema nervioso autónomo.

Parecían, por tanto, necesarios dos factores, uno de activación fisiológica y otro de significado cognitivo. Con estos antecedentes, Schachter y Singer afirmaron que la situación (ambiente) donde nos encontremos al sentir la activación nos dará las pistas sobre cómo debemos responder ante dicho estado. Es decir, los eventos situacionales asociados a la activación le dan significado emocional o de otro tipo. En respuesta a las sensaciones de activación, buscamos en el ambiente las causas de esas reacciones. Las causas o antecedentes que seleccionamos juegan un papel importante en la determinación de la etiqueta que damos a nuestra activación y, por ende, en la determinación de la emoción que experimentamos. Así:

- Si nos sentimos activados después de ver una película de terror, quizás denominemos nuestra emoción como “miedo”.
- Si en lugar de esto, nos sentimos activados en presencia de una persona que nos resulta atractiva, el mismo “desasosiego físico” puede ser etiquetado como “amor”.

En resumen, qué emoción o qué episodio emocional experimentemos dependerá del significado que demos a la activación fisiológica que sintamos. Ese significado obedecerá a su

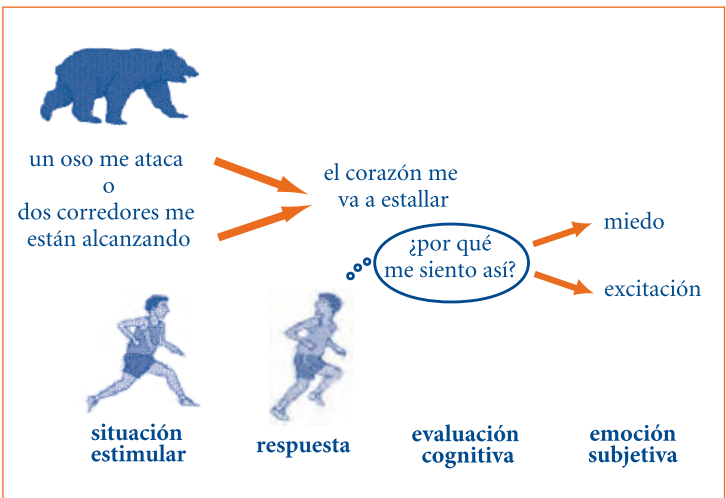
vez a la situación donde se encuentre el individuo y a su interpretación de dicha situación (significado emocional de la activación fisiológica).



Stanley Schachter (1922-1997)

Lo que se acaba de exponer podría considerarse una confirmación parcial de la tesis de James (véase la orientación biológica), aunque la Teoría de Schachter-Singer también requiere de una valoración cognitiva, sin la cual no hay emoción.

Figura 11.2. *Teoría bifactorial de Schachter-Singer.*



Varios años más tarde, Schachter (1978) propuso que la emoción procede de un cambio visceral, que implica una variabilidad sobre la activación que es evaluada cognitivamente y definida como una u otra emoción.

Mandler (1985) acepta esta propuesta con algunas matizaciones, ya que advierte que la experiencia emocional no requiere de una atribución consciente de significado de la activación, y plantea que el origen de la emoción es el trabajo cognitivo. Este autor, en su modelo, da prioridad al análisis de la situación, al que seguiría la activación y todo ello daría lugar a la experiencia consciente de la emoción.

Además, en las últimas décadas del siglo pasado, una serie de estudios han postulado que el pensamiento, en particular, la evaluación cognitiva de las circunstancias que concurren,

explicaría muchos de los procesos emocionales. El concepto de *appraisal*, propuesto por Magda Arnorld (1960), abrió el camino para que investigadores como Lazarus (1984, 1991), Scherer (1984, 1997), Frijda (1988) y Weiner (1985, 1986, 1990) hiciesen hincapié en el análisis de la situación, y en cómo las personas evalúan y valoran los sucesos que les rodean. De esa evaluación o *appraisal* surgirá la emoción.

Por tanto, estos autores sostienen que la perspectiva cognitiva sobre las respuestas emocionales es necesaria para analizar los estados afectivos y para tratar constructos como las percepciones, pensamientos y creencias. Veamos a continuación cada una de sus aportaciones.

Aportación de Lazarus

Para Richard Lazarus, la emoción es el resultado de un proceso de valoración cognitiva de la situación, los recursos de afrontamiento y los posibles resultados empleando dichos recursos.



Richard S. Lazarus (Universidad de California en Berkeley). Su mayor contribución ha sido el estudio de los factores cognitivos que están implicados en el estrés y en la emoción. A partir de sus investigaciones, encontró que las circunstancias del contexto explicativo de un evento con contenido doloroso modificaban el grado de emoción que sentían los participantes en el experimento.

En suma, los procesos emocionales están organizados en una secuencia temporal en la cual se pueden distinguir dos fases:

Primera fase: en ella tienen lugar los procesos primarios, donde el estímulo da lugar:

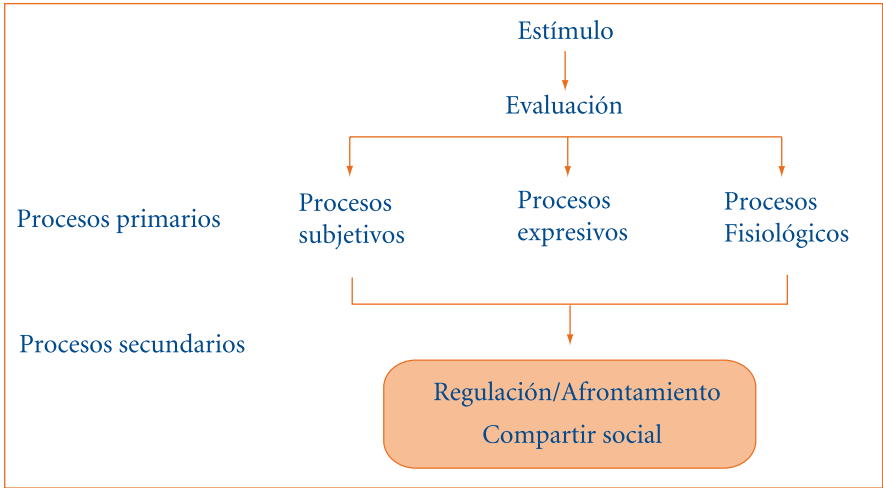
- A una evaluación de la situación (*appraisal*), a través de la cual se interpreta el estímulo o la situación como emoción.
- A las respuestas:
 - Subjetivas, es decir, la experiencia subjetiva de la emoción.
 - Expresivas, los movimientos faciales y posturales y las respuestas vocales no lingüísticas.
 - Fisiológicas, respuestas corporales distintas de las expresivas, relacionadas con la preparación del organismo para la reacción, sea ésta de actividad o de pasividad.

Segunda fase: es la de los procesos secundarios, los que se encargan de transformar cognitiva y socialmente las informaciones procedentes de la evaluación de:

- Los recursos de afrontamiento:
 - Éstos son reacciones cognitivo conductuales que tienen por objetivo que el organismo se adapte adecuadamente a la situación emocional. Las reacciones pueden ser de minimización, negación, exageración o re-definición.
- Los procesos primarios (véase la primera fase).

Los procesos están constituidos por la interpretación, la memorización y las tentativas de regulación de los procesos primarios y de sus consecuencias. Por tanto, los procesos secundarios, que, por lo general, intentan redefinir la situación o verla de otro modo, incluyen las estrategias de afrontamiento que permitirían hacer frente a las consecuencias psicológicas y sociales de la emoción (Lazarus, 1984, 1991; Philippot, 1993) (véase la Figura 11.3).

Figura 11.3: La secuencia temporal de los procesos emocionales.



Fuente: Philippot (1993, p. 178).

En resumen, la emoción es un conjunto de fenómenos que, en una primera fase, comprende la interpretación de una situación, y que trae consigo cambios subjetivos, expresivos y fisiológicos y, en una fase posterior, da lugar a procesos de interpretación y de regulación que también forman parte de ella.

Lazarus (1994) también plantea una serie de cuestiones centrales relacionadas con cada emoción. Éstas se resumen a continuación:

Cuadro 11.2: Cuestiones centrales relacionadas con cada emoción.

Emoción	Cuestiones centrales
Alivio	Condición penosa o incongruente que ha cambiado para mejor o ha desaparecido
Amor	Participar de un afecto, aunque no sea necesariamente correspondido o recíproco
Ansiedad	Enfrentamiento a una amenaza desconocida
Asco	Impresión desagradable causada por algo que repugna física o moralmente
Celos	Resentimiento contra una tercera persona por la pérdida o miedo a perder el apoyo o afecto del otro
Compasión	Conmoverse ante el sufrimiento del otro, con el deseo de ayudarlo
Culpabilidad	Haber trasgredido un imperativo moral
Envidia	Desear lo que otra persona tiene
Esperanza	Temerse lo peor, pero esperando que mejore la situación
Felicidad	Hacer progresos razonables hacia la consecución de una meta
Ira*	Una ofensa degradante contra mí o contra los míos
Miedo	Un peligro físico, inmediato, concreto y abrumador
Orgullo	Intensificación del autoconcepto por ganar méritos para conseguir un objeto o meta válidos, bien por uno mismo, o bien por alguna persona o grupo con quien uno se identifica
Tristeza	Haber experimentado una pérdida irreparable
Vergüenza	Fracaso en el intento de alcanzar un “yo ideal”

Fuente: Lazarus (1994, en Fernández-Abascal, 2003, p. 73).

* A lo largo de este capítulo, la emoción de ira se etiqueta también como cólera, enfado y enojo.

Aportación de Scherer

Antes de exponer la contribución de Scherer, hemos de señalar que sorprende el grado de convergencia respecto a la naturaleza de las dimensiones del *appraisal*. En este sentido, las investigaciones empíricas apoyan la noción de que un número limitado de dimensiones de evaluación o *appraisal* son suficientes para explicar la elicitación y diferenciación de los estados emocionales.



Klaus Scherer (Universidad de Ginebra). Es fundador del grupo de investigación sobre emociones en Ginebra. En este marco analiza los procesos de evaluación (*appraisal*) y su influencia sobre las expresiones emocionales y los patrones de reacción fisiológica, así como sobre el sentimiento emocional. Además, ha estudiado cómo influye la cultura sobre las emociones.

En el trabajo de Scherer (1997) se encuentran de forma resumida los aspectos más frecuentemente utilizados en la medición del *appraisal*. Estos son:

- Las características intrínsecas de los eventos, como, por ejemplo, el grado de novedad (los eventos o situaciones pueden ser familiares o de carácter súbito, y, también, pueden ser predecibles o no).
- El significado del evento o situación para las necesidades o metas de la persona.
- La habilidad de la persona para afrontar o manejar las consecuencias del evento, lo que incluye evaluar la propia responsabilidad sobre el evento o la situación.
- La relación del evento con las normas y los valores sociales.

Para cada aspecto de la situación se analizan distintas variables (véase el Cuadro 11.3).

Cuadro 11.3: Indicadores implicados en la evaluación de la situación.

- El tiempo, las expectativas, la probabilidad y la capacidad de predicción (ejemplo, una situación inesperada).
- El carácter placentero y la importancia para los objetivos deseados (la situación puede ser placentera o no).
- El poder de la persona para influir en el acontecimiento y afrontar sus consecuencias (el resultado de la valoración del placer o del dolor conducirá a respuestas de aproximación o de evitación).
- La confrontación del acontecimiento con las normas culturales y sus coincidencias con una autoimagen real o ideal (la relevancia de la situación y su relación con las normas sociales y las metas que, en ese momento, tengan importancia para la persona).

Fuente: Scherer (1997).

Aportación de Frijda

Para poder analizar la compleja estructura de la experiencia emocional se hace necesario el empleo de diversas leyes, las cuales pueden agruparse según la clasificación que realizó Nico H. Frijda (véase el Cuadro 11.4).

Cuadro 11.4: *Leyes emocionales.*

Ley del significado situacional	Las emociones surgen en respuesta a las estructuras de significado de una situación dada
Ley del interés	Las emociones surgen en respuesta a acontecimientos que son importantes para las metas, motivos o intereses de la persona
Ley de la realidad aparente	Las emociones van a ser elicitadas por acontecimientos evaluados como reales, y la intensidad de éstas se corresponderá con el grado de realidad que se esté dispuesto a asumir
Ley del sentimiento comparado	La intensidad de una emoción depende de la relación entre un acontecimiento y algún marco de referencia respecto al cual se evalúa dicho acontecimiento
Ley del cambio	La presencia de condiciones favorables o desfavorables facilitará la aparición de la respuesta emocional, pero es necesario que esas condiciones se den como fruto de cambios reales o esperados
Ley de la habituación	Los fenómenos de habituación afectan tanto a condiciones placenteras como adversas. Así, la efectividad de una fuente de placer disminuye a medida que se produce una habituación, y también podemos llegar a habituarnos a situaciones extremadamente negativas e incluso dolorosas
Ley de la asimetría hedónica	El placer es siempre contingente con el cambio, y desaparece con la satisfacción continuada, mientras que el dolor puede persistir en el tiempo, es decir, si se mantienen las condiciones adversas
Ley de conservación del momento emocional	Los momentos emocionales retienen su capacidad para elicitar las emociones indefinidamente, a menos que sean contrarrestados por exposiciones repetidas que podrían llegar a permitir que se dieran los fenómenos de extinción o de habituación
Ley de cierre (o gestalt)	Las emociones tienden a estar cerradas a juicios que relativicen su impacto, y a los requerimientos de metas y objetivos que van más allá de los que inicialmente se tenían
Ley de control o cuidado de las consecuencias	Un impulso emocional primario elicitaba un segundo impulso primario que tiende a modificar esa primera respuesta emocional según sean sus posibles consecuencias
Ley de menor carga y mayor beneficio	Cuando una situación puede ser vista desde distintas alternativas, existe una tendencia a percibirla desde aquella óptica que minimice la carga emocional negativa y/o maximice una ganancia emocional positiva

Fuente: Fernández-Dols (1999) y Frijda (1988; 2001).

De este conjunto de leyes destacaremos las cuatro primeras. Así, según Frijda (1988):

- La *Ley del significado situacional* es una de las principales, ya que se centra en la formulación de un fenómeno del que ya se ha hablado, el del *appraisal*. Explica cómo un mismo hecho puede ser interpretado de manera diferente por distintos grupos sociales. Por ejemplo,

la “muerte de un ser querido” para alguien que cree en la reencarnación puede no ser un hecho tan traumático como lo es para alguien que no cree en ella.

- La *Ley del interés* es complementaria de la anterior. Este principio postula que hechos que a muchas personas les parecen irrelevantes son para otras motivo de intensas emociones, y viceversa. Un ejemplo claro es el drama que supone para un adolescente un granito en la cara, mientras que ese mismo adolescente no se inmuta ante los suspensos de sus calificaciones escolares.
- La *Ley de la realidad aparente* plantea interesantes cuestiones, como el papel de la imaginación en nuestra vida emocional, o el hecho de que ciertos peligros no provocan reacciones emocionales intensas hasta que sus efectos negativos se materializan. Pensemos en los efectos emocionales que produce la simple sospecha de infidelidad de la pareja.
- Con la *Ley del sentimiento comparado*, Nico Frijda recupera algunas de las preocupaciones de Stanley Schachter. El marco de referencia serían los demás, por lo que la emoción surge a través de la determinación de cuál es nuestra situación en comparación con la situación de los demás. Esta ley explica, por ejemplo, cómo podemos “acostumbrarnos” a situaciones dramáticas dejando de emocionarnos con ellas: tras ver todos los días atentados y muertos en Irak, muchas personas pueden seguir sus conversaciones frente a un televisor que muestra cadáveres reales. O cómo, paradójicamente, podemos sentirnos ofendidos porque un vecino ha adquirido un coche mejor que el nuestro, sabiendo que lógicamente son millones los que poseen mejores vehículos.

Las tres últimas leyes que se mencionan en el Cuadro 11.4 no se refieren, como las anteriores, a los factores que determinan la emoción, sino a sus consecuencias.

Aportación de Weiner

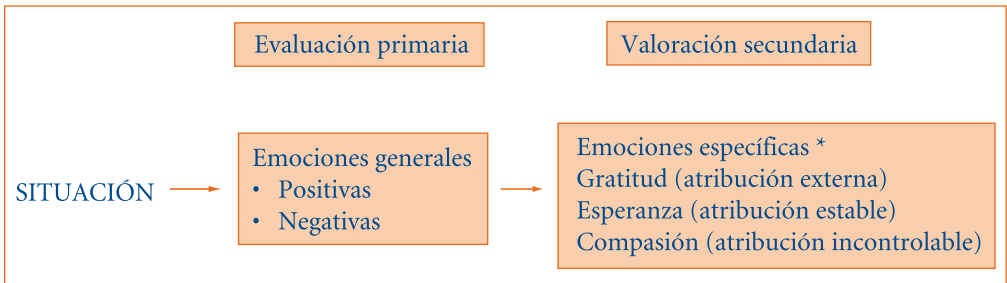
La distinción de Lazarus entre la evaluación de los procesos primarios y secundarios va a dar lugar a dos tipos de emociones: las generales y las específicas. Pero donde se muestra de forma más clara esta diferenciación es en la *Teoría atributiva de las emociones* de Bernard Weiner (1985, 1986, 1990). Este autor analiza cómo las personas realizan inferencias causales sobre los acontecimientos.

Weiner distingue dos fases en el proceso emocional-cognitivo:

- *Primera fase:* en ella tiene lugar una evaluación primaria tras la situación. Esta evaluación elicitaba una emoción general, de carácter positivo o negativo. Imaginemos que la persona se cruza con su mejor amigo y éste no la saluda. Este acontecimiento genera una emoción de carácter negativo.
- *Segunda fase:* la persona intenta buscar una explicación a la conducta inesperada de su amigo. Utiliza para ello tres dimensiones bipolares: interna-externa, controlable-incontrolable y estable-inestable. Supongamos que en este caso la atribución es externa (las circunstancias de aglomeración en que se cruzó con su amigo hacían difícil que éste la viera), incontrolable (el amigo poco podía hacer para remediar esa situación, puesto que no era esperable que la persona estuviese en ese lugar en ese momento) e inestable (generalmente la persona y su amigo evitan las situaciones de aglomeración). Este resultado de la atribución causal genera emociones específicas (en este caso, de alivio), y corresponde a la valoración secundaria de los resultados.

El modelo de Weiner se presenta esquematizado en la Figura 11.4.

Figura 11.4: *Proceso emocional-cognitivo.*



Fuente: Weiner (1986, p. 122).

* Emociones específicas en función de las tres dimensiones de la atribución causal.

De esta manera, Weiner asocia en un proceso emocional-cognitivo la unión entre cognición y emoción, y muestra, por un lado, las emociones generales relacionadas con la evaluación primaria de la situación y, por otro, las emociones vinculadas con la valoración secundaria de los resultados, es decir, con las dimensiones causales a las que se adscriben (Weiner, 1986).

Siguiendo este proceso cognitivo-emocional, Johnson-Laird y Oatley (1989) diferencian entre emociones básicas y complejas. Así, por ejemplo, la venganza sería una emoción compleja (secundaria) a partir de la valoración de la emoción básica de ira. A lo largo del siguiente apartado trataremos de presentar los supuestos que deben cumplir las emociones básicas y de mostrar cómo se clasifican las emociones.

11.4 Taxonomía de las emociones

Algunos autores defienden la existencia de un conjunto de emociones universales que denominan *básicas*. Éstas se iniciarían con rapidez y durarían unos segundos cada vez, son distintas cualitativamente entre sí y de ellas se derivarían el resto de las emociones.

Es decir, las emociones básicas serían como los colores primarios en la naturaleza. Los investigadores discrepan respecto a su número, pero la mayoría de ellos incluyen en su lista las siguientes: alegría, tristeza, enfado, miedo, sorpresa y asco (Ekman, Friesen y Ellsworth, 1972; Ekman, 1984).



Supuestos que deben cumplir las emociones básicas

Para que una emoción sea considerada básica debe cumplir las siguientes características:

- Tener un sustrato neural específico y distintivo, es decir, existen emociones básicas, directamente relacionadas con la adaptación y la evolución, que tienen un sustrato neural innato, universal y un estado afectivo único.
- Mostrar una expresión facial característica y propia.
- Estar relacionada con sentimientos determinados y únicos.
- Derivar de procesos biológicos.
- Poseer funciones adaptativas (Izard, 1991).

De entre los criterios expuestos, el hecho de poseer una configuración facial específica es de vital importancia y uno de los supuestos más utilizados para definir las categorías emocionales consideradas como básicas (véase a este respecto el argumento inicial de Tomkins, en 1962, sobre la existencia de emociones básicas en función del reconocimiento facial, y su posterior aplicación en las investigaciones de Ekman, Izard y Oatley). En general, para esta corriente universalista debe tenerse en cuenta que las expresiones faciales no son como las palabras, que difieren entre culturas, sino que se asemejarían más bien a la respiración, en el sentido de que todos los seres humanos la realizan con independencia de sus características personales. Por lo tanto, estaríamos ante un fenómeno que forma parte de la naturaleza humana (Evans, 2002).

Además, otro de los elementos importantes que nos permiten clasificar las emociones básicas son sus funciones adaptativas. El Cuadro 11.5 muestra las funciones para cada una de las emociones básicas.

Cuadro 11.5: Funciones adaptativas para cada una de las emociones básicas.

- Alegría: afiliación, establece nexos de unión entre personas y favorece las relaciones sociales, el altruismo y la empatía.
- Tristeza: reintegración, aumenta la cohesión social —especialmente con aquellos que se encuentran en la misma situación; además, sirve para comunicar a los demás el estado de ánimo negativo.
- Ira: autodefensa, intenta inhibir las reacciones indeseables de otras personas y evitar así la situación de confrontación.
- Miedo: protección ante la situación de amenaza.
- Asco: rechazo, que sirve para producir respuestas de evitación ante estímulos desagradables.
- Sorpresa: exploración de las nuevas situaciones, dirige los recursos cognitivos hacia la situación novedosa que se ha presentado.

Tras la exposición de estas funciones adaptativas hemos de indicar que las emociones también tienen una importante función social. Así, por medio de la expresión emocional las personas predicen el comportamiento que vamos a tener con ellas, lo que tiene un valor incuestionable en la interacción social. Además, facilitan el control de la conducta de los demás, permiten la comunicación de los estados afectivos y promueven la conducta prosocial (Izard, 1989).



Carroll E. Izard (Universidad de Delaware). Estudia las emociones, clasificadas por diversos procedimientos, en relación con el desarrollo del conocimiento emocional, la regulación de la emoción y la competencia social y emocional, la personalidad y los problemas de conducta. La idea teórica que impulsa su trabajo es que las emociones son un elemento clave para motivar y organizar la percepción, la cognición y la acción.

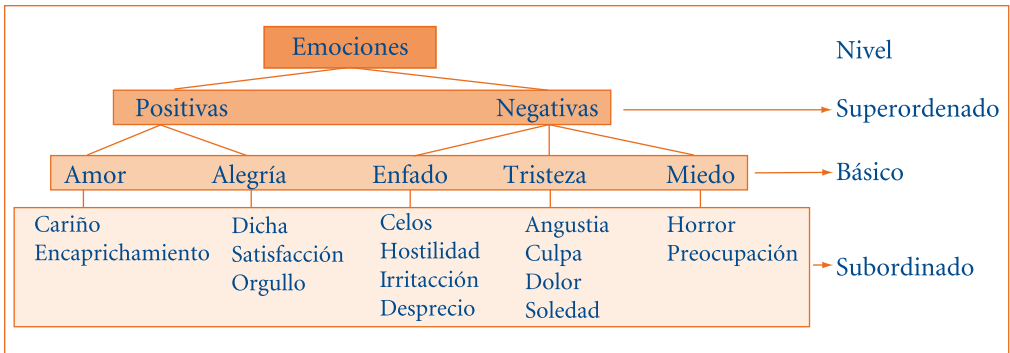
Como decíamos, uno de los problemas que se presenta en la clasificación de las emociones es el número de emociones básicas a considerar. Así, para autores como Izard (1991), serían placer, interés, sorpresa, tristeza, asco, miedo y desprecio. Mientras que para Ekman, Friesen y Ellsworth (1972), serían alegría, sorpresa, miedo, tristeza, ira y asco. Una posible explicación ante este desconcierto es que quizás estemos hablando de la misma cualidad emocional, pero la estamos denominando de diferente manera (Choliz, 1995).

11.5 Estructura jerárquica

Desde este enfoque se presupone la existencia de una jerarquía vertical con tres niveles conceptuales en el conocimiento social de las emociones, a saber: super-ordenado o más general, intermedio o básico y subordinado o más concreto (Fischer, Shaver y Carnochan, 1990):

- El nivel *superior*, denominado *super-ordenado* (emociones positivas y negativas), contrasta con el *subordinado*, que es el menos accesible de la estructura vertical.
- El nivel *subordinado* incluye conceptos cuya similitud es muy alta, lo que hace muy difícil diferenciarlos entre sí con exactitud.
- El nivel *básico* se caracteriza por la adquisición del léxico emocional, más accesible ante estímulos relevantes, y por tener mayor probabilidad de estar asociado a etiquetas verbales breves (Fehr, 1988). Aplicando este esquema, en este nivel se encuentran las emociones que consideraríamos “básicas” (véase la Figura 11.5).

Figura 11.5: Estructura jerárquica emocional.



Fuente: Fischer y cols. (1990, p. 90).



Kurt Fischer (Harvard Graduate School of Education). Su investigación se centra en el desarrollo cognitivo, el comportamiento social y las emociones.

La investigación empírica desde la *Teoría de los prototipos emocionales*, en uno de los trabajos más representativos, publicado por Shaver y colaboradores (1987), encontró como

categorías básicas el miedo, la alegría, la tristeza, la sorpresa y el amor, además de la cólera o el enfado. Los nombres de las seis emociones básicas se eligieron a partir de las palabras de mayor prototipicidad. Las seis emociones mencionadas coinciden con las listas de emociones básicas de autores anteriormente citados, como Ekman (excepto la emoción de asco, que se encuentra en la lista de Ekman, y el amor, que no está en dicha clasificación).

Además, y tal y como se muestra en la Figura 11.6, si tenemos en cuenta el nivel subordinado, la hostilidad, por ejemplo, sería una emoción secundaria a partir del enfado. Esta emoción secundaria sería de carácter complejo, según Johnson-Laird y Oatley (1989). Estos investigadores, tras analizar 590 términos referidos a emociones, consideraron que existían 75 conceptos que expresaban emociones complejas.

11.6 Modelo circumplejo de los estados afectivos

Otro modelo que nos permite estructurar el complejo mundo emocional es el circumplejo, definido a través de dos dimensiones: placer-displacer y activación-relajación (Russell, 1983; Russell, Fernández-Dols, Manstead y Wellenkamp, 1995).



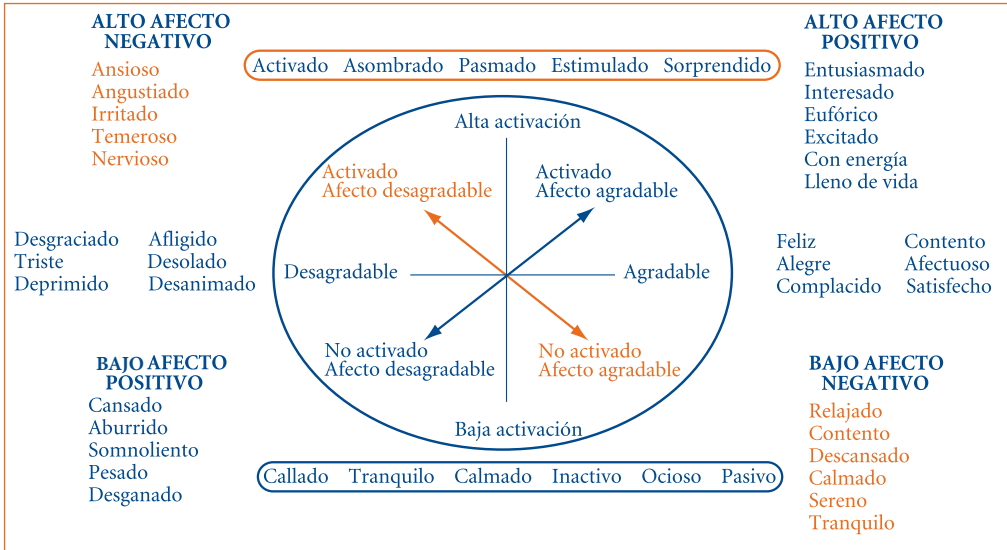
James Russell (Boston College) se interesó en un principio por la cuestión de cómo el ambiente físico y social influye en la emoción y, a través de ella, en las actividades que se realizan en esos ambientes y en sus resultados. Esto le llevó a la cuestión fundamental de cómo pueden describirse y evaluarse las emociones. Algunas de las ideas concretas en las que ha trabajado son el *Modelo circumplejo de la emoción*, la *Teoría de los prototipos emocionales*, que lleva a entender las emociones específicas en términos de guiones (*scripts*), y una revisión crítica de la idea de que las emociones básicas son universales y fácilmente reconocibles a partir de las expresiones faciales. En un intento de englobar todas estas ideas en un marco más amplio, está desarrollando un análisis que denomina *la construcción psicológica de la emoción*.

A continuación, se analizará una estructura que intenta representar gráficamente, en un espacio circular, las categorías emocionales. En concreto, se ordenan los estados afectivos en torno a cuatro cuadrantes. Estos cuadrantes son el resultado de la intersección de las dimensiones evaluativa y de activación, anteriormente analizadas (véase al principio del capítulo el apartado sobre los afectos). Así, en la Figura 11.6:

- En el eje horizontal:
 - A la derecha, se muestra el polo positivo de la dimensión de evaluación (agradable).
 - A la izquierda el negativo (desagradable).
- En el eje vertical:
 - En la parte superior se sitúan los niveles más altos de activación.
 - En la parte inferior, los niveles más bajos.

Los términos que están dentro del mismo cuadrante están altamente asociados (por ejemplo, relajado, tranquilo), los que se sitúan en cuadrantes contiguos presentan entre sí una relación moderada, y los que se encuentran formando un ángulo de noventa grados mostrarían unas correlaciones pequeñas (por ejemplo, cansado, relajado) (García, 2002).

Figura 11.6: Modelo circuplejo sobre los estados afectivos.



Fuentes: Russell (1989), Kercher (1992), Fernández-Dols y cols. (2002), García (2002).

Para una correcta comprensión de esta figura, es conveniente tener en cuenta que el eje vertical representa los niveles de activación, y el eje horizontal simboliza la evaluación. En cada una de las cuatro agrupaciones que se representan fuera del círculo se indican los diferentes estados afectivos.

Hasta ahora hemos intentado presentar cómo las emociones se pueden definir, las orientaciones teóricas que han intentado analizarlas y su clasificación. A continuación, trataremos de mostrar la influencia del contexto social sobre ellas.

11.7 Influencias sociales sobre los procesos emocionales

Comenzábamos el capítulo haciendo alusión al sentimiento de morriña que caracteriza a los habitantes de un contexto social determinado. Ahora nos detendremos en esta cuestión, con el objeto de presentar los estudios que tratan de analizar la influencia social sobre las emociones.

Uno de los primeros autores en analizar la naturaleza social de las emociones fue Averill (1980). Las describió como *síndromes socialmente constituidos*, y su premisa fue que no se las debe considerar como unitarias e invariables, ya que constan de una variedad de elementos diferentes, dependiendo del contexto en el que ocurran y del papel social que posea la persona que experimenta la emoción.



James Averill
Universidad de Massachusetts

Por su parte, psicólogos como Parkinson han desarrollado estudios en los que las emociones pueden concebirse como fenómenos sociales. A este respecto, dicho autor argumenta que, cuando se tiene en cuenta la influencia del contexto social en la expresión de emociones carece de sentido hablar de comunicación “deshonesta”, o de mentiras. Desde el punto de vista etológico, la naturaleza nos muestra cómo los animales suprimen o exageran su comportamiento para comunicar intenciones y motivaciones, sin que pueda afirmarse que existe un deseo consciente de engañar. En el caso de los seres humanos, debemos entender que la expresión emocional es el resultado de la interacción social, de la gestión y coordinación de los motivos sociales que tienen los que participan en una comunicación. Es decir, una persona puede expresar, por ejemplo, tristeza, y no sentir realmente dicha emoción, sino buscar “consuelo y ayuda” del interlocutor, y la decisión de mostrar la expresión no es el resultado de un proceso consciente y voluntario (“voy a mentir a este amigo para que me ayude”), sino la comunicación de una intención y una necesidad (“por favor ayúdame”). En otras palabras, “las emociones son disposiciones de acción, dirigidas intrínsecamente hacia una audiencia” (Parkinson, 1998, p. 616). La experiencia emocional y la expresión estarían al servicio de la coordinación social de los participantes.

Insistiendo desde otro punto de vista en el carácter social de las emociones, Hatfield, Cacioppo y Rapson (1994) introducen la idea del *contagio emocional*, definido éste como la tendencia a imitar la expresión emocional de las otras personas (por ejemplo, el llanto en un velatorio).

Además, no podemos olvidarnos del *compartir social* (*social sharing*). Desde esta óptica se sugiere que compartir con otros nuestras experiencias emocionales —especialmente las negativas— tiene un efecto beneficioso, presumiblemente porque ayuda a procesar el hecho más profundamente. Aunque, cuando el suceso negativo no tiene solución, hablar por hablar no necesariamente resulta adaptativo. Por eso, es aconsejable ponerse ciertos límites respecto al compartir social. Finalmente, la escucha reiterada de episodios negativos quema la red de apoyo social (Pennebaker, Zech y Rimé, 2001; Pennebaker y Stone, 2003; Rimé, Corsini y Herbette, 2002). Volveremos sobre este tema cuando presentemos cómo influyen las emociones sobre la salud.

Una idea común a todas estas cuestiones es el énfasis que se otorga a los otros en el proceso emocional. Así, los demás tienen un impacto en las emociones, porque los procesos emocionales están a menudo o siempre dirigidos hacia ellos. De hecho, todos los contextos son hasta cierto punto sociales, y esto se debe fundamentalmente a la naturaleza social del yo; incluso cuando nos encontramos solos, nos inclinamos a pensar en situaciones en las cuales están presentes otras personas (Fischer, Manstead y Zaalberg, 2003).

Ahora bien, las preguntas que todos nos hacemos ante estas cuestiones son: cuándo y por qué tienen lugar los efectos del contexto social.

- Primero, parece razonable asumir que, aunque otras personas no necesitan estar físicamente presentes, los efectos del contexto social deben ser mayores cuando los otros lo están.
- Segundo, la comunicación con ellos debe ser posible. La idea general es que el contexto de alta sociabilidad se presta a las expresiones faciales más fuertes, porque hay una mayor motivación y/u oportunidad de comunicarse con los demás. Los contextos de alta sociabilidad generalmente se conciben como situaciones en las que los otros, preferentemente los amigos, están físicamente presentes y comprometidos en la misma tarea (Wagner y Smith, 1991).
- Tercero, el papel de los participantes en la situación emocional también es relevante (por ejemplo, cuando alguien recibe un premio), máxime cuando los otros también forman parte del proceso emocional.

En conclusión, los efectos del contexto social dependen no sólo de la simple presencia de los otros, sino de su papel en la situación emocional. Además, un aspecto importante es analizar hasta qué punto los otros comparten la misma emoción que nosotros.

Lo expuesto hasta ahora nos lleva a la consideración de tener que examinar los procesos emocionales en función del contexto social. Cuestión que trataremos en el siguiente apartado.

11.8 Contexto social y antecedentes emocionales

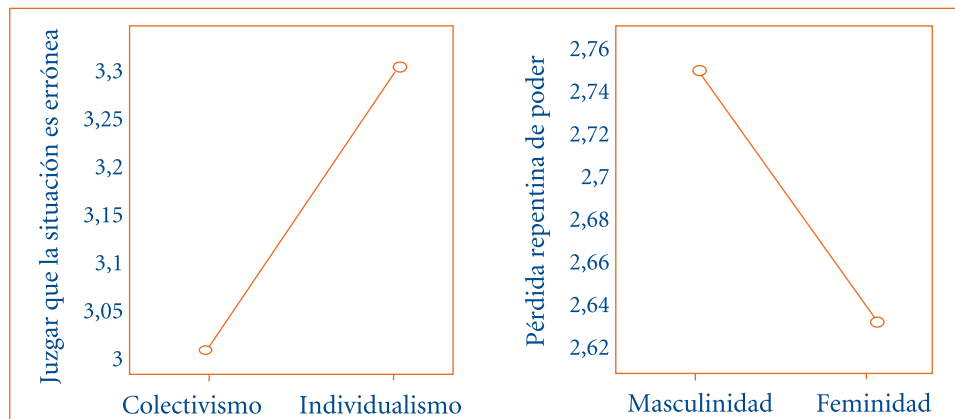
Tal y como acabamos de explicar, ciertas emociones se pueden generar por la influencia que ejercen el contexto y las personas sobre el individuo. Ahora bien, la cuestión es determinar cuáles son los antecedentes o causas de estas emociones. En general, los antecedentes son los estímulos que preceden a la emoción. Estos se pueden operativizar en términos abstractos (por ejemplo, bloqueo de metas) o de manera más concreta (por ejemplo, no pasar una prueba). Cuando se definen de este último modo, es decir, de forma precisa, es frecuente que otras personas estén implicadas en las causas que producen la emoción.

En el estudio sobre prototipos emocionales —que anteriormente hemos comentado— de Shaver y colaboradores (1987), podemos observar que:

- El miedo es causado por la amenaza de rechazo social o por estar solo.
- La tristeza, por la pérdida de una relación estimada, por la muerte de un ser querido, por la exclusión o por la desaprobación de otros.
- La alegría, por recibir estima, respeto, elogios, o por conseguir algo por lo que se ha luchado.
- El enfado, por considerar que la situación es injusta, contraria a lo que debería ser, por la interferencia en planes o metas, normalmente provocada por los actos de otra persona.
- El amor tiene como posible antecedente la atracción mutua entre personas.

Además, estos antecedentes no se comportan de la misma manera en todas las culturas. En este sentido, en una investigación sobre el conocimiento social de las emociones, realizada en 29 países de Europa, Asia, América y África, se pudo comprobar que existían diferencias transculturales en las causas de enfado. En el Gráfico 11.1 se muestran los resultados significativos de este estudio en función de las dimensiones culturales de individualismo-colectivismo y masculinidad-feminidad (en el Capítulo 3 de este manual ofrecíamos una descripción pormenorizada de estas dimensiones).

Gráfico 11.1: Antecedentes emocionales del enfado en función de las dimensiones culturales de Hofstede.*



Fuente: Fernández (2001).

* Rango de respuesta de los antecedentes emocionales: de 1 (nada típico) a 4 (muy típico). Para la dimensión de individualismo-colectivismo, $F(1, 4400) = 78, 63; p < .000$. Para la dimensión de masculinidad-feminidad, $F(1, 4400) = 16, 04; p < .000$.

En general, podemos observar que en las culturas individualistas se otorga más importancia a la causa del enfado que guarda relación con el juicio de una situación como injusta, contraria a como debería ser. Es decir, las personas pertenecientes a estas sociedades consideran más característico este antecedente que las que han sido socializadas en valores colectivistas. Además, si tenemos en cuenta la dimensión de masculinidad-feminidad, podemos comprobar que la pérdida repentina de poder es un causante del enojo más típico en culturas masculinas.

Por su parte, Markus y Kitayama (1991) ponen de manifiesto que en las culturas individualistas se realizan más atribuciones causales internas y son más frecuentes las emociones centradas en el yo (por ejemplo, la culpa), mientras que en las colectivistas se otorga más importancia a los antecedentes sociocéntricos (es decir, centrados en el grupo, como participar en una reunión social o alegrarse por el éxito de los demás) y a las emociones positivas, como la alegría.

Finalmente, en la investigación de Fischer, Manstead y Rodríguez Mosquera (1999), que comparaba dos países, Holanda y España, se determinó que los antecedentes emocionales que guardan relación con los otros se producen con más frecuencia en culturas colectivistas y basadas en el honor. En el estudio se comparaban descripciones libres de las causas que producen vergüenza, orgullo y enojo. En España, los participantes se refirieron más a menudo a la conducta o juicio de los otros, y los holandeses nombraron más frecuentemente su autoestima, o sus propios logros y preocupaciones, aunque a menudo comparándolos con los de los demás o en función de ellos.



Agneta Fischer
(Universidad de Amsterdam).
Desde 2005 es presidenta de la ISRE
(*International Society of Research on Emotions*).

11.9 El papel de los otros y de la cultura sobre la expresión emocional

Fridlund (1991, 1994) sostiene que la presencia de los otros es más relevante que la experiencia emocional misma en el caso de determinadas expresiones (por ejemplo, la sonrisa), y esto es debido a que dichas expresiones son formas esenciales de comunicación. En este sentido, las expresiones son señales sociales que reflejan nuestras intenciones, nuestros *motivos sociales*. Lo importante no es sentir o no ira, sino transmitir a la persona que nos bloquea la meta que no estamos dispuestos a consentir esa intromisión. Desde esta óptica, la experiencia subjetiva sería casi un epifenómeno en el proceso emocional. La auténtica clave sería la comunicación de intenciones.



Alan Fridlund (Universidad de California en Santa Bárbara). Estudia la emoción desde una perspectiva evolucionista, interesándose sobre todo por la comunicación no verbal desde el enfoque de la etología humana. Su línea de investigación actual se centra en cómo las expresiones faciales afectan a la interacción social, incluyendo tanto la interacción con “otros implícitos” (seres inanimados y/o no humanos a los que investimos de mente y capacidad de acción voluntaria), como con “otros imaginarios” (la gente que existe “en nuestra cabeza”).

Los estudios de Fernández-Dols y Ruiz-Belda (1995) describieron cómo los atletas triunfadores en los juegos olímpicos de Barcelona, celebrados en 1992, en los momentos de éxito culminante no mostraban alegría, sino una serie de expresiones variables y cambiantes, algunas de ellas asociadas a otras emociones. La sonrisa y la alegría facial se manifestaban cuando los atletas interactuaban con otras personas. Este resultado confirma la idea de que la expresión facial sirve para transmitir un estado emocional que, en este caso, refuerza la interacción social.

Para ilustrar cómo se ha abordado en Psicología el tema de la *expresión emocional* podemos seguir la máxima de Cicerón “la cara es el espejo del alma”, con la que se quiere dar a entender que las emociones se reflejan con frecuencia en la cara y pueden ser leídas a través de las expresiones específicas (Baron y Byrne, 2005, p. 42). Sin embargo, actualmente las cosas no están tan claras. Parece que el rostro humano transmite información afectiva pero no necesariamente es la traducción directa de categorías emocionales discretas y universales (véase Russell y Fernández-Dols, 1997), aunque algunos autores insisten en que Cicerón tenía razón y que, en efecto, el rostro humano representa con claridad las diferentes emociones básicas desde la infancia, se trataría de reflejos innatos (véase Ekman, 1992; Izard, 1991; Rozin, Lowery y Ebert, 1994). La polémica sigue abierta tras décadas de investigación.

Una de las claves parece ser si estas expresiones emocionales pueden ser tratadas como universales. Las investigaciones de Ekman y Friesen (1975) defienden que sí, pero Russell (1994, 1995) presenta datos que claramente cuestionan este resultado. Así, estudios recientes y re-análisis de trabajos realizados desde el Modelo de Ekman indican que, aunque las expresiones faciales pueden informar sobre las emociones de los demás, nuestros juicios son también afectados por el contexto en el que suceden las expresiones (Carroll y Russell, 1996; Russell, 1994). El contexto, la situación, no sólo tiene un papel fundamental en la producción de la experiencia emocional, sino también en su traducción en conducta no verbal y en las tareas de reconocimiento de estas pistas por los demás.

En esta línea, Russell y Fernández-Dols (1997) proponen una alternativa para superar algunas dicotomías falsas: universal-aprendido, voluntario-involuntario, honesto-falso. Su hipótesis de *mínima universalidad* permite conciliar los datos contradictorios: habría cierta semejanza entre culturas en la interpretación de las expresiones faciales emocionales, pero esto no significa que exista un sistema innato que relacione de manera directa experiencias emocionales concretas con expresiones específicas y universales. Los supuestos centrales de esta propuesta, planteados a partir de los resultados de estudios empíricos, nos ayudarán a entenderla (Russell y Fernández-Dols, 1997, p. 17).

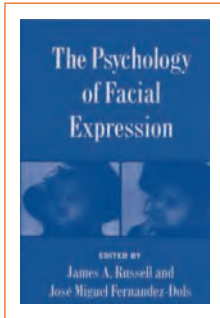
Lo que los datos hasta ahora revelan es:

- Ciertos patrones faciales ocurren en todos los seres humanos.
- Los movimientos faciales están coordinados con los estados psicológicos (acciones, preparación para la acción, estados físicos, estados emocionales, estados cognitivos y otras condiciones psicológicas).

- La mayoría de las personas en cualquier lugar pueden inferir algo sobre el estado psicológico de los otros a partir de las expresiones faciales.
- Las personas en la cultura occidental tienen una serie de creencias que les permiten asociar algunos patrones faciales específicos con experiencias emocionales concretas.

Lo que los datos no demuestran:

- Que existan experiencias emocionales iguales en todos los seres humanos asociadas a los mismos patrones faciales también universales.
- Que la expresión facial sea una señal necesaria y suficiente para la emoción.



José Miguel Fernández-Dols (Catedrático de Psicología social en la Universidad Autónoma de Madrid). El profesor Fernández-Dols es codirector de la *Revista de Psicología Social* y miembro electo de la *International Society for Research on Emotions*. Su trabajo de investigación se ha centrado en el estudio de las normas sociales y de las emociones.

Resultados de un estudio transcultural de la expresión de emociones

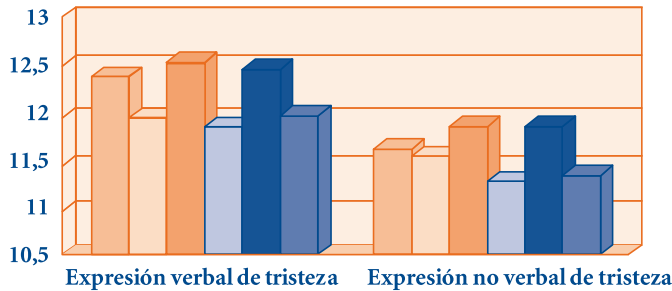
En nuestro esfuerzo por conocer cómo el contexto cultural determina la expresión emocional realizamos un estudio transcultural, teniendo en cuenta la conducta verbal y no verbal de tres de las emociones básicas (alegría, tristeza y enfado). Los resultados se muestran en los gráficos 11.2, 11.3 y 11.4. El objetivo de estos gráficos es mostrar las diferencias que existen en las manifestaciones de estas tres emociones en función de tres dimensiones en las que se pueden clasificar las culturas: individualismo-colectivismo, masculinidad-feminidad y alta-baja distancia jerárquica. En los tres gráficos, estas dimensiones se representan como se muestra en el Cuadro 11.6.

Cuadro 11.6: Representación de las dimensiones de clasificación de las culturas.

	FEMENINAS
	MASCLINAS
	BAJA DISTANCIA JERÁRQUICA
	ALTA DISTANCIA JERÁRQUICA
	INDIVIDUALISTAS
	COLECTIVISTAS

Respecto a la tristeza, podemos observar en el Gráfico 11.2 que en las culturas con baja distancia jerárquica se comunica más esta emoción tanto de forma verbal como no verbal. Recordemos (véase el Capítulo 3) que en este contexto existe una mayor libertad para expresar lo negativo, es decir, se puede molestar al otro ante una situación de pena. Además, es en las culturas individualistas y femeninas donde se producen mayores puntuaciones en la expresión (verbal y no verbal) de tristeza (Fernández, Carrera y Sánchez, 2002).

Gráfico 11.2: *Expresión verbal y no verbal de la tristeza en función de las dimensiones culturales de Hofstede.*



Expresión verbal de tristeza: hablar poco o nada, hablar en voz baja, monótona, expresar cosas tristes, comunicar sentimientos o acontecimientos tristes.

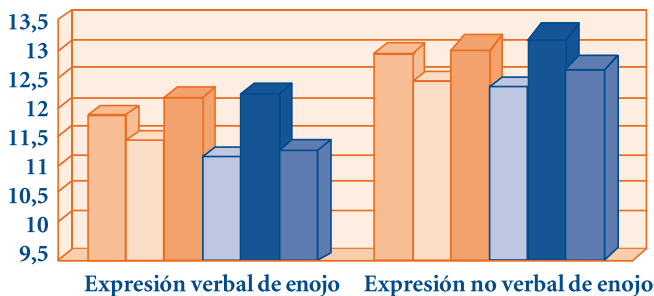
Expresión no verbal de tristeza: llorar, gimotear, ganas de llorar, no sonreír, fruncir el ceño, movimientos lentos, sensaciones en el estómago.

El rango de variación para los dos tipos de expresión es de 4 (nada típico) a 16 (muy típico).

Fuente: Fernández (2001).

Este patrón de expresión se repetirá para la otra emoción negativa que se analizó en el estudio: el enfado. Los resultados, que se muestran en el Gráfico 11.3, así lo corroboran. Precisamente, los mayores índices de comunicación verbal y no verbal del enojo se producen en contextos individualistas, femeninos y de baja distancia jerárquica. Esto puede ser debido a que es una emoción que afecta a las relaciones interpersonales, y por eso los colectivistas inhiben su expresión con el objeto de mantener los lazos sociales, algo que es especialmente relevante para ellos (Fernández, Carrera y Sánchez, 2002).

Gráfico 11.3: *Expresión verbal y no verbal del enfado en función de las dimensiones culturales de Hofstede.*



Expresión verbal de enfado: atacar verbalmente la causa de la cólera, chillar, levantar la voz, gritar, discutir, plantar cara, enfrentarse, estar de mal genio (hablar de lo mal que están las cosas), blasfemar (jurar, decir tacos, decir groserías).

El rango de variación va de 4 a 16 (de nada a muy típico).

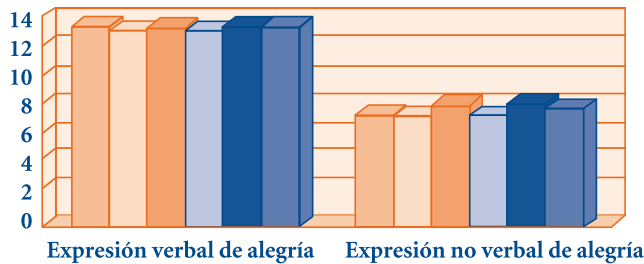
Expresión no verbal de enfado: comunicar no verbalmente la desaprobación de la causa de la cólera, apretar las manos, cerrar los puños, pisar fuerte al andar, hacer rechinar los dientes, enseñar los dientes, gestos amenazadores, agresivos.

El rango de variación va de 5 a 20 (de nada a muy típico).

Fuente: Fernández (2001).

Por último, mostraremos cómo se comporta la alegría (véase el Gráfico 11.4). Esta emoción, aunque muestra prácticamente el mismo perfil cultural que las dos anteriores, mantiene una diferencia significativa, y es que los colectivistas la expresan verbalmente en mayor medida. Este resultado tal vez puede guardar relación con el hecho de que la comunicación de la alegría supone hacer a los otros partícipes de esa experiencia reforzante y compartirla con ellos; en definitiva, crear esa armonía afectiva tan importante para los colectivistas (Fernández, Carre-ra y Sánchez, 2002).

Gráfico 11.4: *Expresión verbal y no verbal de la alegría en función de las dimensiones culturales de Hofstede.*



Expresión verbal de alegría: comunicar buenos sentimientos a otros, decir cosas positivas, estar comunicativo, hablar mucho, compartir sentimientos (para hacer que los demás se sientan bien). El rango de variación va de 4 a 16 (de nada a muy típico).

Expresión no verbal de alegría: risa, voz entusiasta y excitada. El rango de variación va de 2 a 8 (de nada a muy típico).

Fuente: Fernández (2001).

La conclusión del estudio que se acaba de presentar es que el contexto cultural determina la expresión (verbal y no verbal) de las emociones básicas. Hay tres puntos fundamentales que merecen destacarse:

- El individualismo cultural se vincula a una mayor expresión verbal de las emociones de tristeza y enojo, mientras que la expresividad emocional positiva no está asociada al individualismo como en los datos de Stephan, Stephan y de Vargas (1996). Estos autores constataban que las personas de culturas individualistas se sienten más cómodas expresando emociones positivas que cuando comunican emociones negativas. Nuestros resultados, que sólo corroboran en parte esta idea, se podrían explicar por el hecho de que en la muestra de 29 países existen culturas colectivistas como las mediterráneas y las latinoamericanas, que aprueban la fuerte expresión verbal de las emociones positivas.
- Existen datos que confirman que las personas pertenecientes a culturas con alta distancia jerárquica hablan menos sobre sus emociones, lo cual se explicaría en parte por tener normas de rechazo que impiden la comunicación de las emociones en estas sociedades. En otras palabras, las culturas horizontales, que valoran las relaciones simétricas o de igualdad, permiten más la expresión emocional, ya que aceptan más socialmente las emociones.
- # En tercer y último lugar, la masculinidad cultural se vincula a una menor expresión verbal de las emociones negativas de tristeza y enojo. Así, la valoración de lo relacional en las culturas femeninas explicaría que estas sociedades se orienten más hacia los indicadores contextuales y comunicativos de las emociones. En cambio, la importancia de la autonomía y de la instrumentalidad en las culturas masculinas guardaría relación con la menor expresión emocional.

11.10 La regulación y el autocontrol emocionales

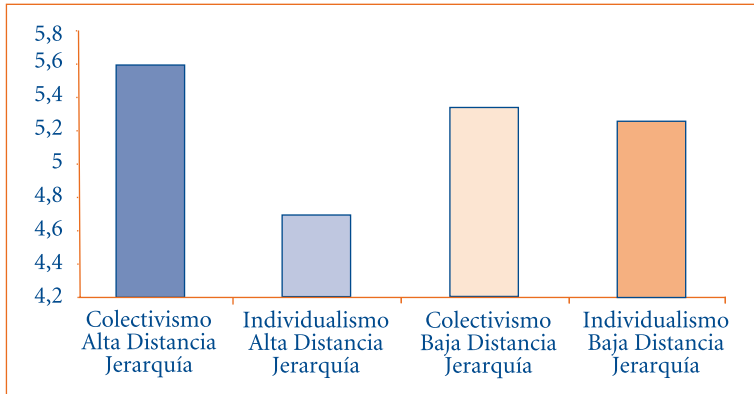
Aprender a regular nuestras emociones es importante tanto para nuestro ajuste personal como para el mantenimiento de unas buenas relaciones con los otros. Entre las técnicas que utilizamos para regular las emociones están los mecanismos cognitivos de autocontrol. Es decir, empleamos los pensamientos para regular y controlar las emociones. Además, la cultura puede influir en el grado en el que las emociones se autocontrolan, en la regulación emocional, así como en el tipo de afrontamiento (primario, o de modificación del medio, frente a secundario, o de automodificación). El Cuadro 11.7 resume algunas diferencias de importancia entre estos dos tipos de afrontamiento.

Cuadro 11.7: Principales diferencias entre el afrontamiento primario y el secundario.

Locus de la diferencia	Afrontamiento primario	Afrontamiento secundario
Utilización de los refuerzos	Los aumenta mediante la modificación del medio (otras personas, circunstancias o conductas)	Los aumenta a través del acomodo o ajuste de la persona al medio
Control de la situación	Depende de la voluntad y capacidad de las personas para cambiar las circunstancias que han provocado la emoción	Depende de los recursos personales para ajustarse a las exigencias de las circunstancias que han elicitado la emoción
Conductas más frecuentes a través de las que se expresa	Verbalización, conducta no verbal y afrontamiento emocional, mediante la búsqueda de apoyo social	Estoicismo (aguantar) y autoconsuelo para adaptarse al medio
Predomina en	Los Estados Unidos de Norteamérica	Asia y Latinoamérica
Procesos psicológicos subyacentes	Las personas individualistas valoran y expresan más sus estados emocionales y utilizan más sus relaciones sociales para obtener recursos psicológicos	Las personas colectivistas comunican menos sus estados emocionales y evitan sobrecargar al entorno pidiendo apoyo. La protección del grupo prima sobre la personal.

En la exposición previa sobre la expresión emocional se han observado una serie de diferencias transculturales. El Gráfico 11.5 completa esta visión combinando las dimensiones de distancia jerárquica e individualismo-colectivismo.

Gráfico 11.5: Afrontamiento secundario de la tristeza en función del producto de la distancia jerárquica por el individualismo-colectivismo cultural.



Fuente: Fernández (2001).

El lector puede observar que el afrontamiento secundario se produce en las culturas colectivistas con una alta distancia jerárquica. Es decir, la tristeza en este contexto cultural se afronta mediante la automodificación, a costa de suprimir los sentimientos negativos o de fijarse en el lado positivo de las cosas. Este resultado es coherente con otros estudios que han encontrado que el afrontamiento de automodificación o adaptación al entorno —mediante la reevaluación positiva y la supresión emocional— se producía más frecuentemente en culturas colectivistas y jerárquicas (Díaz-Loving y Draguns, 1999).

Antes de concluir este apartado de las influencias culturales sobre los procesos emocionales, no podemos pasar por alto que en ciertos contextos se poseen conceptos característicos que ayudan a definir las emociones y sentimientos específicos de las personas que han sido socializadas en esas culturas. En este sentido, en el Cuadro 11.8, se presenta el término japonés “*amae*”.

Cuadro 11.8: *El concepto amae.*

Amae es uno de los términos japoneses más difundidos entre los psicólogos.

- Doi (1971, 1989) lo describe como una forma particular de interdependencia en las relaciones humanas. *Amae* comienza con la temprana dependencia de la figura materna por parte del bebé, el deseo de ser amado de forma pasiva, el rechazo a la separación y la gratificación que experimenta la figura materna en cuidar al bebé.
- *Amae* es un sustantivo que deriva de *amaeru*, que significa “depender de y presuponer el amor de otro o disfrutar de ser mimado por otro”. Tiene la misma raíz que el adjetivo *amai*, que significa “dulce”. Así, *amae* puede sugerir que algo es dulce y deseable.
- El término se utiliza tanto entre adultos como para describir las relaciones entre padres e hijos, y supone un deseo pasivo de depender del amor de otro. Este deseo es satisfecho por lo que nosotros consideraríamos, en nuestro contexto cultural, como el amor altruista. *Amae*, como el altruismo, es inherentemente un concepto de relación social, y ambas ideas incluyen aspectos de las relaciones amorosas que nuestro idioma tiene dificultades para describir.
- Según Doi, *amae* representa un fenómeno que es básicamente compartido por todas las personas. No obstante, se ha discutido si es específicamente cultural o universal, ya que en Japón las relaciones humanas de carácter dependiente forman parte de la norma social, mientras que en las culturas occidentales individualistas están relegadas (Casado, 2003; Doi, 1989).

11.11 Aportaciones del estudio de las emociones al campo de la salud

Los efectos de las emociones son diversos. Aquí se tratará de exponer qué consecuencias tienen para la salud tanto la inhibición como la expresión emocional. De hecho, la expresión —en nuestro contexto cultural— es uno de los principales procesos implicados en la salud y el bienestar (Páez, 1993).



Darío Páez Rovira (Catedrático de Psicología social en la Universidad del País Vasco). El profesor Páez ha dirigido y publicado varias investigaciones sobre cultura y emoción.

Por claridad expositiva, presentaremos primero la inhibición, entendida ésta como una forma de bloqueo de la activación emocional. En segundo lugar, mostraremos la expresión, y aquí trataremos el *compartir social* y una de las técnicas psicológicas que tiene beneficiosos para la salud: la *escritura expresiva*.

Inhibición emocional y salud

Diversos autores plantearon, hace más de un siglo, que la inhibición podía ser el origen de problemas psicológicos y de salud. Así, William James (1890) propuso que el hecho de no poder expresar las emociones podía conducir a la persona a un terreno patológico. Las consecuencias de este fenómeno serían la apatía y la enfermedad.

Por su parte, Traue y Michael (1993) analizaron el papel que desempeña la inhibición emocional dentro de la salud. Para estos autores, las emociones serían transacciones entre el individuo y su entorno social, y estarían constituidas por interpretaciones de los estímulos tanto internos como externos, por cogniciones, por procesos fisiológicos y por la conducta de expresión emocional. Los resultados de las investigaciones del equipo de Harald C. Traue indican que, si bien la reducción de la expresividad puede ser adaptativa a corto plazo, a largo plazo la inhibición emocional conlleva efectos nocivos para la salud (Traue, Gottwald, Henderson y Bakal, 1985).

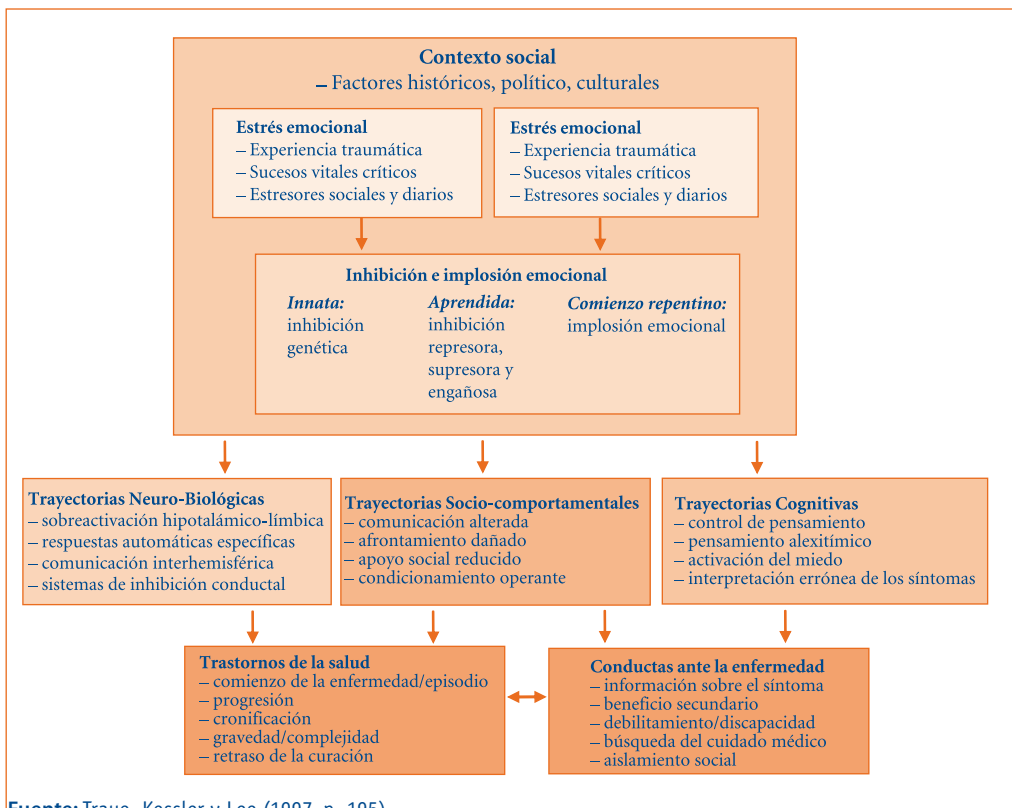


Harald C. Traue (Profesor de Psicología y Medicina en la Universidad de Ulm, Alemania). Es profesor Traue está interesado en las consecuencias psicosomáticas de la inhibición emocional y la comunicación no verbal.

Las ideas sobre inhibición de Traue y Michael (1993) comparten la misma premisa que la *Teoría de Pennebaker* (1989, 1990, 1993), según la cual la inhibición continuada de la conducta, los pensamientos y las emociones requiere un esfuerzo fisiológico. Con el tiempo, dicho esfuerzo actuaría como un agente estresor acumulativo, que provocaría trastornos relacionados con el estrés (Selye, 1976), y todo un conjunto de dolencias de diferente etiología: enfermedades cardiovasculares, problemas dermatológicos, asma, cáncer y dolor.

Además, Traue, Manfred y Lee (1997) argumentan que la inhibición emocional, en una situación social determinada, podría desencadenar o modular trastornos en la salud (véase la Figura 11.7).

Figura 11.7: Modelo de inhibición emocional y procesos de salud.



Fuente: Traue, Kessler y Lee (1997, p. 195).

Compartir social

Tras el análisis de la inhibición, veamos ahora la otra cara de la experiencia emocional, el *compartir social* que parece desempeñar un papel importante en la gestión y el tratamiento de la información asociada con el proceso emocional. Concretamente, se considera que permite:

- una comparación social, ya que al hablar acerca de un suceso emocional a la persona le resulta más sencillo compararse socialmente con los otros, es decir, comprobar que los otros

son también personas con problemas y sentimientos similares (Derlega, Metts, Petronio y Margulis, 1993).

- organizar y comprender el suceso, dado que a través de la expresión de la experiencia emocional la persona consigue más fácilmente organizarla, estructurarla y encontrarle un sentido (Horowitz, 1976).
- la obtención de una ayuda procedente del entorno social, en la medida en que hablar acerca de la experiencia emocional puede también permitir a la persona recibir apoyo de su entorno social (Lazarus, 1982).

En general, tras sentir una emoción, la mayoría de las personas la expresa verbalmente y la comparte con otros —entre un 88 y un 96%— (Greenberg, Wortman y Stone, 1996; Pennebaker, Zenh y Rimé, 2001; Rimé, Mesquita, Philippot y Boca, 1991; Rimé, Philippot, Boca y Mesquita, 1992). El compartir social del suceso emocional comienza muy rápido, tras ocurrir el hecho. La rapidez con la que el acontecimiento se comparte socialmente no difiere según el tipo de emoción. Además, el compartir es un proceso recurrente, es decir, se habla en varias ocasiones con diferentes personas. En las investigaciones realizadas por Rimé, Mesquita, Philippot y Boca (1991), la frecuencia del compartir social estaba relacionada con el grado de trastorno que produce el suceso emocional; así, a mayor activación o alteración afectiva, mayor compartir social.



Bernard Rimé (Universidad Católica de Lovaina). El profesor Rimé ha investigado los procesos sociales que se desencadenan alrededor de una persona que experimenta una emoción o que la comparte socialmente.

En cuanto a la red de apoyo social, los individuos eligen a personas que pertenecen a su círculo íntimo (padres, parientes, amigos cercanos, pareja o cónyuge, etc.). Los compañeros elegidos para compartir socialmente un suceso emocional varían en función de la edad y del sexo de la persona que experimenta dicho suceso. Así, Jourard (1971) encontró que los adolescentes, con una media de edad comprendida entre los 16-18 años, se confían tanto o más a sus amigos que a los miembros de su familia. Si hablamos de porcentajes, Denholm y Chabassol (1987) hallaron que el 67% de las niñas, con una media de edad comprendida entre 13-14 años, preferían compartir el suceso con sus amigas (26%), con su madre (20%), con su hermana (13%) o con su padre (8%), mientras que el 14% prefería no hablar sobre el suceso en cuestión. Por el contrario, el 69% de los niños preferían a su madre (20%), a sus amigos (19%), a su padre (19%) o bien a una amiga (11%), mientras que el 11% prefería no compartirlo.

Como conclusión, podríamos afirmar que a través del proceso del compartir social se obtiene la validación social. Es decir, la persona adquiere la respuesta o punto de vista de los otros sobre sus pensamientos o sentimientos, y obtiene ayuda para manejar los sucesos que le afectan. Además, el individuo también puede usar el proceso de compartir social como herra-

mienta para lograr un control social, por ejemplo, presentando de forma selectiva sólo aquella información que le permita generar una buena impresión (véase Derlega y cols., 1993).

En síntesis, lo que ayuda a la recuperación y asimilación de hechos traumáticos o emocionalmente negativos es poder hablar en profundidad sobre las emociones vivenciadas e integrarlas cognitivamente. Por el contrario, el recordar y hablar de forma frecuente pero superficial mantiene la activación e impide la asimilación cognitiva (volveremos sobre esta cuestión cuando presentemos, a continuación, los resultados sobre la escritura expresiva).

Escritura expresiva y salud

El ejercicio que supone poner en palabras los sentimientos nos servirá para presentar hasta qué punto afrontar, mediante la escritura, las experiencias emocionales negativas tiene efectos positivos sobre la salud. Así, Pennebaker y Hoover (1985) confirmaron que, ante la pérdida repentina de un ser querido, la variable referida a la escritura expresiva parece jugar un papel destacado entre las estrategias de afrontamiento adaptativas, además de producir una disminución en los trastornos de salud.

Pennebaker y Beall (1986), durante una sesión de laboratorio, solicitaron a los participantes que escribieran acerca de un suceso traumático que les hubiera ocurrido. En este tipo de estudio se intentaba inducir a las personas a que escribieran acerca de la experiencia emocional más traumática que les hubiera ocurrido y sobre la que, preferentemente, no hubieran compartido o lo hubieran hecho en menor medida. En general, los resultados mostraron que la escritura expresiva no es beneficiosa para la salud a corto plazo pero, por el contrario, sí lo es a largo plazo (véase a este respecto, los resultados obtenidos por Traue y colaboradores, 1985, sobre expresión e inhibición, comentados en el apartado anterior).



James W. Pennebaker (Universidad de Texas en Austin). El profesor Pennebaker ha investigado sobre los beneficios psicológicos de la escritura expresiva. Ha desarrollado un programa informático (LIWC) con el objeto de estudiar los procesos emocionales a través del análisis de textos.

En otra investigación, realizada por el equipo de Pennebaker, que se desarrollaba durante cuatro sesiones consecutivas de escritura, los datos indican que tanto los grupos que escribieron sobre los “hechos y sentimientos”, como los que lo hicieron sólo sobre los “sentimientos”, presentan a corto plazo mayor tasa de tensión arterial, así como un predominio de la afectividad negativa después de la sesión. No obstante, a largo plazo, se observó una reducción importante en el número de visitas realizadas al centro de salud. Por tanto, se puede afirmar que escribir sobre una experiencia emocional negativa atendiendo tanto a los hechos como a los sentimientos, o bien sólo a los sentimientos asociados a ella, aumenta la activación fisiológica y la afectividad negativa a corto plazo, pero a largo plazo genera una mejora en la salud (Pennebaker, 1990).

En el siguiente recuadro presentamos un ejercicio de escritura expresiva realizado tras los atentados terroristas del 11 de marzo de 2004 en Madrid.

RECUADRO: Estudio sobre los efectos de la escritura expresiva en relación con un suceso traumático: los atentados terroristas del 11-M en Madrid.

Mediante un estudio longitudinal (tres medidas a lo largo del tiempo) se evaluaron las consecuencias personales y sociales que supone escribir sobre los sentimientos y pensamientos tras el 11-M. Los participantes —tres semanas después de los atentados (Tiempo 2)— fueron asignados al azar a los siguientes grupos:

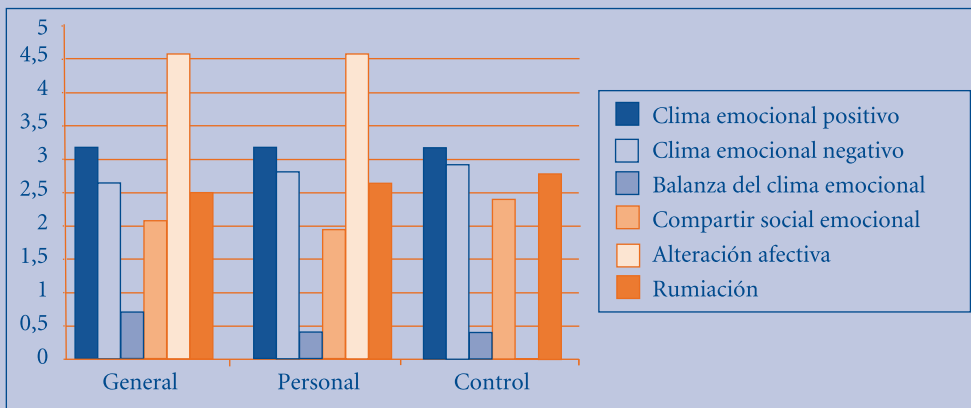
- Experiencia personal o perspectiva de la narración de los hechos en primera persona.
- Experiencia general o tercera persona.
- Grupo control, el cual narraba un acontecimiento social acaecido en el último semestre y no vinculado con el 11-M.

A todos los participantes se les aplicó un cuestionario en tres momentos: una semana después del 11-M (Tiempo 1), tres semanas después (Tiempo 2), y dos meses tras los sucesos (Tiempo 3). Este cuestionario evaluaba:

- La frecuencia del compartir social emocional (escala de Rimé, Finkenauer, Luminet, Zech y Philippot, 1998).
- La activación emocional (DES de Izard, en Echebarría y Páez, 1989).
- Los pensamientos rumiativos (Páez, en Echebarría y Páez, 1989).
- La afectividad positiva (PANAS de Watson, 1988).
- El clima emocional (Páez, Ruiz, Gailly, Kornblit, Wiesenfeld, y Vidal, 1996).

Estas escalas fueron cumplimentadas por 670 participantes en siete comunidades autónomas españolas (véase el Gráfico 11.6).

Gráfico 11.6: *Clima emocional, compartir social emocional y alteración afectivo-cognitiva para los grupos de escritura dos meses (Tiempo 3) después de los atentados del 11-M.*



Fuente: Fernández, Páez y Pennebaker (2004).

Los participantes que escribieron sobre el 11-M —tres semanas después de los atentados terroristas— manifestaban una menor intensidad emocional, un menor compartir social, así como un mejor clima emocional percibido en comparación con el grupo control.

- Las personas que narraron desde una perspectiva general mostraron un nivel más positivo de clima emocional (en particular, un nivel más bajo de emociones negativas percibidas en los otros),
- Las personas que escribieron sobre su experiencia personal presentaban un nivel más bajo de compartir social, de activación emocional y de rumiación —a las ocho semanas después del 11-M—.

Continúa

El análisis con el programa LIWC (*Linguistic Inquiry and Word Count*; véase Pennebaker, Francis y Booth, 2001) confirmó, por una parte, que las personas que escribieron desde una perspectiva general utilizaron más pronombres en tercera persona y el “nosotros” y, por otra, que los participantes que narraron los acontecimientos desde una óptica personal emplearon más el pronombre personal “yo”.

Los resultados de este estudio indican que:

- El enfoque colectivo es funcional, porque ayuda a la integración social y a la cohesión social percibida mediante la construcción narrativa colectiva del evento traumático.
- El enfoque individual también es adaptativo, ya que permite una regulación afectiva personal de los recuerdos emocionales mediante la organización de la memoria individual de las reacciones traumáticas.

Fuente: Fernández, Páez y Pennebaker, 2004.

La inhibición de emociones provoca problemas psicológicos, tal y como hemos expuesto anteriormente. Además, en diferentes estudios (por ejemplo, Basabe, Páez, Valencia, González, Rimé y Diener, 2002; Páez y Casullo, 2000) se ha constatado que las sociedades que se caracterizan por una mayor expresividad poseen un mayor bienestar subjetivo. También se ha confirmado que las culturas que inhiben la expresión emocional, en particular la de tipo verbal, son sociedades con mayor malestar afectivo (Deighton y Traue, 2005). En otras palabras, no sólo los individuos que verbalizan menos las emociones tienden a tener más problemas de salud, sino que existe una relación similar cuando se trata de contextos culturales poco expresivos (véanse a este respecto las sociedades con puntuaciones altas en distancia jerárquica en el Capítulo 3).

11.12 Resumen

Partiendo de la premisa de que las emociones son el corazón de la Psicología social, a lo largo del capítulo se muestra que los aspectos individuales de las emociones no excluyen el papel social que poseen los procesos afectivos.

Además, se deja constancia del impacto de la cultura sobre la vivencia emocional. El lector ha podido examinar términos afectivos como estado de ánimo, afecto, sentimiento y pasión.

Tras un repaso de las tradiciones biológica y cognitiva en el estudio de la emoción, se ha presentado la forma de organizar el mundo emocional a través de la estructura jerárquica y el Modelo circuplejo.

También se ha prestado atención a las diferencias culturales y a cómo las emociones afectan a la salud. En general, a lo largo de los diferentes epígrafes se ha intentado primar los planteamientos situacionistas frente a los universalistas.

Términos de glosario

Activación (*arousal*)

Afecto

Afrontamiento emocional primario y secundario

Cohesión social

Compartir social (*social sharing*)

Conducta no verbal

Culturas basadas en el honor

Evaluación (*appraisal*)

Regulación emocional

Rumiación

Lecturas y recursos recomendados

Fernández-Dols, J. M., Carrera, P. y Ocea, L. (2002). Bases sociales de la emoción. En J. F. Morales, D. Páez, A. L. Kornblit y D. Asún (Coords.), *Psicología Social* (pp. 235-264). Buenos Aires: Prentice Hall.

En este capítulo se trata de manera pormenorizada el afecto y los modelos sobre la emoción. Además, los autores abordan, entre otras cuestiones, la inteligencia emocional y la empatía.

Fernández, I., Carrera, P., Sánchez, F. y Páez, D. (2002). Prototipos emocionales desde una perspectiva cultural. *Revista Española de Motivación y Emoción*, 3, 115-125. (Nota: esta publicación está disponible en la página de la REME (Revista Electrónica de Motivación y Emoción) <http://www.reme.uji.es>)

Este artículo presenta la investigación transcultural realizada con 5.328 personas pertenecientes a 29 naciones de Europa, Asia, África y América. Los autores exponen cómo influyen los indicadores culturales de Hofstede sobre los prototipos emocionales vinculados con la comunicación, reacción física e intensidad. Además, se analiza la vivencia de las emociones básicas de alegría, tristeza y enfado en relación con la autosuficiencia con éxito, y los auto-conceptos interdependiente, instrumental y expresivo.

Fernández, I., Carrera, P., Sánchez, F. y Páez, D. (2003). Interacción y Comunicación emocional. En D. Páez, I. Fernández, S. Ubillos y E. Zubieta (Coords.), *Psicología Social, Cultura y Educación* (pp. 469-508). Madrid: Pearson, Prentice Hall.

En esta publicación el lector puede examinar las normas culturales de la distancia de contacto físico interpersonal, así como la regulación sociocultural del tiempo. La parte central del capítulo comprende una sección referente a cómo se hacen los juicios sobre la detección de la mentira. Posteriormente, se presentan los diferentes estilos comunicativos en función del grupo cultural de referencia. En general, los contenidos teóricos se acompañan de secciones prácticas que facilitan la comprensión de las cuestiones expuestas.

Parrott, W. G. (2001). *Emotions in social psychology: Essential readings*. Filadelfia: Psychology Press.

W. Gerrod Parrott recopila a lo largo de 21 publicaciones las investigaciones más relevantes sobre emoción en Psicología social. Estas lecturas se organizan en torno a las siguientes secciones: (1) La naturaleza de la emoción, (2) El rol de la cognición, (3) Cultura y socialización, (4) Diferencias de género: evolución, socialización y estereotipos, (5) Las funciones sociales de las emociones, (6) Emoción y cognición social, (7) Los efectos de las emociones en los otros, (8) Emoción y expresiones faciales, (9) Vergüenza, culpa, envidia y celos, y (10) Enfado y la explicación de la emoción. Cada una de las secciones va precedida de una presentación, bibliografía y preguntas que complementan los artículos.

PARTE III

Relaciones interpersonales

Relaciones interpersonales: funciones e inicio

Miguel Moya

Objetivos

En este capítulo, y en el siguiente, el foco de interés es lo que se denominan *relaciones cercanas*, entendida la cercanía en su doble sentido: física y psíquica. En el mismo sentido se utiliza el término *relaciones íntimas*, y no para referirse a relaciones sexuales, a las que también hace referencia el adjetivo íntimo. El estudio de estas relaciones ha experimentado un gran auge en los últimos años y ha sido fruto de la convergencia de varias disciplinas, como la Antropología, la Sociología, la Psicología evolutiva, clínica y social. Lo más peculiar del enfoque psicológico ha sido estudiar las relaciones cercanas fijándose en las interacciones que en ellas se producen, independientemente de la forma que adopten (amistad, amorosas, o de otro tipo).

Se comienza con una llamada de atención sobre la importancia en la vida humana de las relaciones interpersonales cercanas o íntimas, y sobre las funciones que desempeñan y los efectos que ejercen en el bienestar físico y psicológico de las personas. Se pasa luego al análisis de los factores que favorecen el inicio de relaciones de este tipo, entre los que destaca el papel del contexto social, y el de la atracción. Se consideran de forma pormenorizada los antecedentes de este último proceso psicológico: familiaridad, semejanza, reciprocidad y aspecto físico. Este segundo apartado finaliza con una descripción de las bases de la elección de una pareja estable. En el tercer gran bloque de este capítulo se analiza el amor y sus manifestaciones más frecuentes, con especial atención al *amor romántico*.

12.1 Introducción

Las relaciones interpersonales, que incluyen las relaciones de amistad, pareja, entre padres e hijos, entre compañeros, y otras por el estilo, forman parte esencial de la vida social. Sin ellas, los humanos no podríamos sobrevivir, en el más estricto sentido biológico. Pero las relaciones son más que eso, como señaló Ellen Berscheid, una de las principales psicólogas sociales que ha estudiado estas cuestiones, “las relaciones íntimas satisfactorias constituyen lo mejor de la vida” (Berscheid, 1999, p. 260).

Baumeister y Leary (1995) defienden, tras una sólida revisión de la investigación existente, que la necesidad de pertenencia o integración es una motivación humana básica, y consiste en un fuerte impulso para formar y mantener una mínima cantidad de relaciones interpersonales duraderas, positivas y significativas. La satisfacción de este impulso implica:

- # Necesidad de interacciones frecuentes y afectivamente agradables con varias personas.
- # Estas interacciones han de ocurrir en el contexto de un marco temporalmente estable y duradero de preocupación afectiva por el bienestar de la otra persona.

La falta de *pertenencia* produce una privación grave y, en consecuencia, numerosos trastornos. Según Baumeister y Leary, gran parte del comportamiento, cogniciones y emociones humanas están relacionadas con esta motivación.

12.2 Importancia de las relaciones

En mayo de 2005, cuando el Centro de Investigaciones Sociológicas español planteó a una muestra representativa de españoles una pregunta sobre el grado de importancia de una serie de aspectos de la vida (trabajo, familia, política, dinero, tiempo libre, salud, amigos, religión), el 81% de los participantes manifestó que la familia era “muy importante” y el 17,8% “bastante importante” (CIS, barómetro de mayo de 2005). En esa misma encuesta el 54,3% dijo sentirse “muy satisfecho” con su familia y el 40,6% “bastante satisfecho”. Como puede apreciarse, una de las formas básicas de relación, la familia, parece tener una importancia crucial. ¿Por qué?

Funciones de las relaciones

La asociación con otros humanos, o necesidad de compañía, conocida habitualmente como *afiliación*, es algo fundamental para garantizar la supervivencia del individuo y de la especie. Pensemos en lo que sería de un recién nacido si no hubiera otras personas que lo alimentaran y cuidasen. O en lo que sería de un niño o adulto si no hubiera otras personas que le enseñaran, a las que pudiera imitar, preguntar, trabajar con ellas o, sencillamente, jugar y divertirse. Los beneficios más señalados de la afiliación, no excluyentes entre sí, son (Buunk, 1996): la comparación social, la reducción de la ansiedad y la búsqueda de información. A continuación, se presentará cada una de ellas por separado.

Comparación social

Cuando nos encontramos en situaciones nuevas o ambiguas, que nos hacen dudar acerca de cómo debemos sentirnos o actuar, la afiliación con otras personas que están en la misma situación nos ayuda a decidir acerca de lo adecuado de nuestros sentimientos y comportamientos.

Imagínese que Vd. se apunta voluntario para participar en un experimento psicológico. Cuando llega al laboratorio, el investigador le dice que posteriormente pasará a una habitación

en la que se le aplicarán descargas eléctricas, y le da la oportunidad de esperar, mientras llega ese momento, Vd. solo en una sala, o en compañía de otros estudiantes que están esperando lo mismo. ¿Dónde preferiría esperar Vd.? Según los resultados de Schachter (1959), lo más probable es que decida esperar en compañía, especialmente cuando la situación genere alta ansiedad.

En su investigación, Schachter hizo creer a universitarias que participarían en un experimento en el que se les aplicarían descargas eléctricas, sólo que a la mitad se les dijo que esas descargas serían fuertes (produciendo, presumiblemente, alta ansiedad) y a la otra mitad les indicó que las descargas serían insignificantes (aquí, la ansiedad se suponía que sería considerablemente menor que la provocada en la otra condición). Antes de comenzar el experimento en sí, a las chicas se les dio la oportunidad de esperar solas o junto a otras estudiantes que participaban en el mismo experimento. Los resultados mostraron que, en el grupo de alta ansiedad, una mayoría prefería esperar junto a otras chicas (62,5%), mientras que este porcentaje era claramente inferior en el grupo de baja ansiedad (33%). Parece que la razón de esta elección es que, al estar junto a esas personas, tenemos a alguien con quien comparar nuestros sentimientos (¿tengo motivos para estar nervioso y preocupado?) y conductas (¿abandono el experimento o puedo participar tranquilamente en él?).

El propio Schachter (1959) ratificó esta interpretación cuando en un segundo experimento les dio a elegir (todos los participantes estaban en una situación similar a la que en el otro estudio hemos denominado “alta ansiedad”) entre esperar solos, hacerlo en compañía de otros participantes que esperaban para participar en el mismo experimento, o esperar en compañía de unos estudiantes que aguardaban para hablar con sus profesores. Los resultados mostraron que la compañía que se prefiere es la de quien está en la misma situación que nosotros; evidentemente, las personas que están esperando para hablar con sus profesores no les sirven en ese caso a los participantes como criterio de comparación de sus sentimientos y conductas. Un estudio que muestra el mismo resultado, pero en una situación más cotidiana, es el realizado por Buunk, VanYperen, Taylor y Collins (1991), quienes encontraron que cuanto mayor era la incertidumbre de las personas acerca de cómo iban las cosas en su matrimonio, mayor era su disposición a hablar con otras personas que se encontraban en la misma situación.

Reducción de la ansiedad

Cuando tenemos miedo o nos encontramos en situaciones estresantes, la asociación con otras personas puede servirnos de simple distracción o proporcionarnos también apoyo emocional y seguridad. En estos casos no siempre las personas que están en una situación parecida a la nuestra son las mejores para tranquilizarnos.

Imaginemos, por ejemplo, que tenemos mucho miedo; en ese caso, tal como señala Rabbie (1963), quizás prefiramos a personas con niveles de miedo moderado antes que a otras tan aterrorizadas como nosotros. Molleman, Pruyn y van Knippenberg (1986) encontraron en pacientes con cáncer que el deseo de afiliación era más alto en los pacientes con niveles de estrés moderados; mientras que los poco y los muy estresados preferían estar solos (estos últimos posiblemente porque temían que hablar con otros sobre sus sentimientos aumentaría su miedo).

Se ha llegado a sugerir, incluso, que las relaciones íntimas constituyen un mecanismo que ayuda a reducir la ansiedad producida por la muerte. En una serie de experimentos, Mikulincer, Florian y Hirschberger (2003) encontraron que recordar a los participantes el hecho de la muerte aumentaba su motivación para formar y mantener relaciones íntimas, que el mantenimiento de estas relaciones servía como una especie de escudo psicológico contra el terror de la muerte y que la ruptura de una relación producía un aumento en la conciencia de la muerte.

Búsqueda de información

En situaciones amenazantes las personas podemos buscar la compañía de otros con el fin de que nos proporcionen información que nos permita afrontar el peligro.

Volviendo a los experimentos de Schachter (1956), ¿con quién preferiría Vd. esperar antes de que le dieran descargas eléctricas? ¿con alguien que espera lo mismo o con alguien que ya ha pasado por esa situación? Schachter encontró que las personas preferían esperar con quienes todavía no habían experimentado las descargas. Sin embargo, otros estudios han mostrado que las personas sometidas a amenaza buscan la compañía de quienes pueden proporcionarle más información acerca de la naturaleza exacta del peligro.

Por ejemplo, Kulik y Mahler (1989) dieron la opción a unos pacientes, que esperaban en un hospital a que se les colocara un marcapasos, de instalarles en una habitación junto a otro paciente que esperaba lo mismo, o de acomodarles junto a un paciente que acababa de pasar por tal operación. De forma abrumadora los pacientes prefirieron estar junto a uno que ya había sido operado: ¿qué mejor información acerca de la levedad del peligro que la propia presencia de quien ha pasado por él y se encuentra sano y salvo?

No obstante, el deseo de afiliación cumple otras funciones además de las que acabamos de mencionar, porque está claramente demostrado que las personas no sólo buscamos la compañía de los demás en situaciones de incertidumbre, estrés o amenaza. También en las situaciones agradables y de gozo, las personas preferimos estar en compañía. Por ejemplo, Gable, Reis, Impett y Asher (2004) estudiaron las consecuencias intrapersonales e interpersonales que tiene la búsqueda de compañía de los demás cuando nos ocurren cosas buenas. Encontraron que el hecho de compartir con otras personas sucesos positivos iba asociado al incremento tanto del tono afectivo positivo cotidiano como del bienestar, más allá del propio impacto de los hechos positivos. Es más, estas consecuencias positivas se incrementaban cuando los demás respondían de forma activa y constructiva (y no de forma pasiva o destructiva) a los intentos de compartir. En dos de los estudios incluidos en ese trabajo, realizados con personas que mantenían relaciones de pareja, se encontró que en aquellas relaciones en las que un miembro respondía de manera entusiasta cuando el otro compartía con él buenas noticias, los niveles de calidad de la relación (por ejemplo, intimidad, satisfacción diaria) eran mayores. En esta misma línea, la investigación de Tesser y colaboradores, siguiendo el *Modelo del mantenimiento de la auto-evaluación* propuesto por Beach y Tesser (1995) y por Tesser (2000), también ha mostrado que el proceso de *reflejo* (la capacidad para compartir el éxito de la otra persona) contribuye al bienestar emocional y a la satisfacción con la relación.

Esta búsqueda de la compañía cuando nos pasa algo positivo, además de permitirnos retener durante más tiempo esa experiencia (y volver a revivirla al compartirla con otra persona), nos permite intensificar los vínculos sociales, promoviendo las interacciones sociales positivas, que son reforzantes y por tanto, fortalecen la relación (Gable y Reis, 2001). Además, el hecho de compartir las buenas noticias pone en marcha una interacción que nos permite percibir que los demás están contentos con nosotros —un proceso que incrementa la autoestima, como señalan, entre otros Beach y Tesser (1995), y Tesser, Millar y Moore (1988) y ayuda a creer que los demás nos ven positivamente (véase Baumeister, 1998; Leary y Baumeister, 2000, Shrauger y Schoeneman, 1979). Lógicamente, para que esto último ocurra es necesario que los demás respondan positivamente a nuestros deseos de compartir (por ejemplo, no quitándole importancia a la buena noticia o fijándose en la parte negativa —si la tiene—).

Relaciones y bienestar

El siguiente capítulo mostrará que las relaciones interpersonales son, en ocasiones, fuente de sufrimiento y malestar. Sin embargo, lo que ha puesto de manifiesto la investigación hasta el momento

es que las relaciones están estrechamente vinculadas con el bienestar de las personas. Como veremos también más adelante al hablar de la soledad, ésta ha aparecido relacionada con numerosos aspectos negativos, como depresión, baja autoestima y falta de habilidades sociales, entre otros.

En el caso concreto del matrimonio, Wood, Rhodes y Whelan (1989) revisaron cientos de estudios y encontraron que las personas casadas eran, en general, más felices que las no casadas, aunque otras investigaciones han matizado que es la calidad del matrimonio, más que el matrimonio en sí, lo que parece incrementar la felicidad. Berscheid y Reis (1998) señalan la existencia, en este campo, de dos diferencias importantes entre hombres y mujeres. La primera es que el matrimonio parece estar relacionado con mayor felicidad general, especialmente en el caso de las mujeres; aunque el hecho de que también el matrimonio esté relacionado con mayor afecto negativo en el caso de las mujeres puede interpretarse como una mayor sensibilidad por su parte hacia los factores emocionales en las relaciones. Segundo, mientras que en el caso de los hombres la felicidad está relacionada con el hecho de estar casado o no, en las mujeres la felicidad está relacionada con la calidad de la relación, más que con el matrimonio.

Otra línea de investigación ha mostrado que existe una clara relación entre los niveles de integración social de las personas, tal y como vienen indicados por el número de amigos, familiares y vecinos que tienen, o por su frecuencia de contacto social, y menor riesgo de mortalidad, mayor longevidad, y una mejor salud, tanto si se considera ésta en general (Cohen, 1988), como si se tienen en cuenta trastornos concretos —por ejemplo, cáncer y enfermedades cardiovasculares (Berscheid y Reis, 1998)—. No obstante, la relación entre integración social y tasa de mortalidad es más intensa cuando se trata de hombres que de mujeres (House, Landis y Umberson, 1988). De nuevo, más que las características objetivas de las redes sociales de las personas (tamaño, intensidad, frecuencia de contacto y similares), lo que parece mucho más importante de cara a la salud es si estas redes proporcionan o no *apoyo social*.

El caso del *apoyo social*

El *apoyo social* se ha definido de muchas maneras (Martínez y García, 1995), pero hay cierto consenso en considerar en él cuatro dimensiones fundamentales:

- *Apoyo emocional* (estima, afecto, confianza).
- *Apoyo instrumental* (ayuda material).
- *Apoyo empático* (auto-afirmación, auto-validación, recepción de retroalimentación y de comparación social para saber cómo evaluar las cosas).
- *Apoyo informativo* (consejo, sugerencias).

También suele ser habitual diferenciar entre la *disponibilidad percibida* de tipos específicos de apoyo y la *recepción real* de cada uno de esos tipos de apoyo (Stroebe y Stroebe, 1996). Por último, algunas investigaciones miden si la persona se siente querida y valorada y si percibe que dispone de gente que le puede proporcionar ayuda en caso de necesitarla; se trata, pues, de una percepción del apoyo social orientada hacia el futuro. Otros estudios, en cambio, conciben el apoyo social en relación con el pasado, analizando si la persona ha recibido apoyo emocional, instrumental, informativo y empático. Las investigaciones han mostrado que los índices basados en el primer tipo de medidas están más relacionados con la salud de las personas que el segundo.

El apoyo social, especialmente el emocional que ocurre dentro de las relaciones, puede ser particularmente útil porque, quien está bajo estrés, puede hablar con alguien que lo acepta, que puede criticarlo sin sentirse rechazado y que en todo momento le confirma su valía como persona (Wills, 1991).

El apoyo social tiene efectos beneficiosos sobre la salud física y psíquica de las personas. Por ejemplo, en el caso de las enfermedades cardiovasculares, hay evidencia de que los pacientes que reciben niveles altos de apoyo social, particularmente de sus parejas, es más probable que se recuperen de un infarto de miocardio, necesiten menos tiempo de hospitalización tras cirugía cardiovascular, y es menos probable que vuelvan a tener síntomas de angina de pecho tras operaciones de este tipo (Stroebe y Stroebe, 1996). En el caso de la salud psíquica, los estudios han mostrado una clara relación entre el apoyo social y la sintomatología depresiva (Schwarzer y Leppin, 1992). Esta relación es más clara cuando se mide la disponibilidad percibida de apoyo en vez del apoyo social recibido.

Cada tipo de apoyo suele tener unos efectos beneficiosos diferentes (Stroebe y Stroebe, 1996). Véase el Cuadro 12.1.

Cuadro 12.1: *Consecuencias beneficiosas de los distintos tipos de apoyo.*

Tipo de apoyo		Consecuencias beneficiosas
Apoyo social emocional	α ¢	De todos los tipos de apoyo, éste es el que suele estar más relacionado con la salud y el bienestar (Wills, 1991), por ser menos específico. Las expresiones de afecto y cariño, por tanto, pueden tener efectos beneficiosos sobre cualquier tipo de factor estresante.
Apoyo social instrumental	α ¢	Para ser efectivo, tiene que estar estrechamente relacionado con el factor estresante.
Apoyo social empático	α ¢	Proporciona validez y seguridad a las creencias, capacidades y otras características de la persona. Incrementa la probabilidad de que ésta afronte con realismo las demandas del medio. El éxito o fracaso en las respuestas a estas demandas no sólo depende de las capacidades reales de la persona, sino también de su habilidad para estimar adecuadamente estas capacidades y de las dificultades de la tarea. Muchos fracasos se deben a una sobrevaloración de sus propias capacidades y/o infravaloración de las dificultades de la tarea.
Apoyo social informativo	α ¢	Puede influir en las conductas relacionadas con la salud de las personas, o puede ayudarles a evitar situaciones estresantes o arriesgadas (Cohen, 1988). Apoyo informativo no es igual a la información general que recibe la persona, sino más bien la información procedente de las personas con quienes se mantienen vínculos estrechos. Así, es mucho más probable que una persona fume o beba alcohol si en su círculo familiar y de amistades estas conductas están extendidas y son ampliamente aceptadas que si no lo son (Whalen y Kliever, 1994).

12.3 El inicio de las relaciones

Aunque en el mundo actual todavía hay quien durante toda su vida apenas llega a conocer a un puñado de personas, como los miembros de algunas tribus amazónicas, lo cierto es que la mayoría de nosotros a lo largo de nuestra vida llegamos a conocer a miles de ellas. ¿De qué

depende que iniciemos, por ejemplo, relaciones de amistad con unas y no con otras? ¿Por qué nos enamoramos de alguien particular? ¿Por qué nos casamos con una determinada persona? En las páginas que siguen intentaremos dar respuesta a estas preguntas.

Importancia del contexto social

Debido a que el estudio de las relaciones interpersonales ha tenido lugar fundamentalmente en el mundo occidental, y sobre todo en el estadounidense, se ha tendido a asumir que las relaciones cercanas son siempre voluntarias. De ahí que el principal factor que se haya estudiado como causante de las relaciones sea la *atracción*: si dos personas se sienten atraídas eso es todo lo que se necesita (condición necesaria y suficiente) para que inicien una relación. Esta concepción olvida el hecho de que en otras culturas y países muchas de las relaciones que se inician no parten de la existencia de una atracción inicial. Incluso obvia la realidad de que también en nuestra cultura existen importantes factores sociales y situacionales que son determinantes para el inicio de relaciones.

Uno de los aspectos del contexto social que más influyen en que fructifiquen o no relaciones cercanas es la accesibilidad real que tenemos a todas las personas que nos rodean. En primer lugar, está la pura proximidad física o, más exactamente, la accesibilidad para la interacción, pues a veces podemos estar muy cerca de alguien pero nunca interactuar con esa persona. Es lo que muestra el conocido trabajo de Festinger, Schachter y Back (1950). Véase Cuadro 2.

Cuadro 12.2: Un estudio sobre la relación entre proximidad física y atracción.

Se entrevistó a las mujeres de alumnos universitarios que vivían en un edificio de apartamentos. Estos se asignaban de forma aleatoria a medida que quedaban disponibles. Cuando se pidió a las participantes que dijeran cuáles eran las tres personas con quienes se veían más a menudo y con las que mejor se llevaban, se obtuvieron los siguientes porcentajes:

- El 41% (de las personas elegidas) vivían en la puerta contigua (situada a unos cinco metros y medio).
- El 22% vivían dos puertas más allá (alrededor de diez metros).
- El 10% al final del pasillo (treinta metros).

Es decir, pedir un favor, intercambiar información, o vivir experiencias comunes, al igual que muchos otros pequeños detalles sobre los que se puede ir construyendo una amistad, son sucesos que tienen mayor probabilidad de ocurrir con quienes tenemos más cerca.

Fuente: Festinger, Schachter y Back (1950).

Pero tan importante o más que la proximidad física son las normas sociales que nos indican quién es un compañero, amigo o pareja apropiada. A veces esas normas sociales están clara y rígidamente establecidas, por ejemplo, como cuando no se permite el matrimonio entre personas de diferentes clases sociales. Otras veces están establecidas de forma más sutil; así, en nuestra sociedad actual no está “prohibido” el matrimonio con una persona de otra clase social, pero puede ocurrir sencillamente que esas personas no nos interesen, ni nos resulten atractivas, o pensemos que son inaccesibles.

Podemos concluir, pues, que una cosa es con quién interactuemos y otra bien diferente es quién nos atrae. Surra y Milardo (1991) distinguen entre *redes interactivas*, compuestas por personas con las que nos relacionamos, y *redes psicológicas*, formadas por aquellos a quienes nos sentimos cercanos o consideramos importantes. En uno de sus estudios Surra y Milardo encontraron que el 75% de las personas que los sujetos identificaban como miembros de esas redes pertenecían sólo a una de ellas (no a las dos).

La atracción

La atracción que una persona siente hacia otra es la causa más frecuente de sus intentos voluntarios por iniciar una interacción con ella. También es un proceso importante cuando se trata de relaciones que se inician involuntariamente (por ejemplo, compañeros de trabajo): si la atracción aparece, la relación se puede mantener incluso cuando desaparezcan las condiciones que hicieron que las dos personas se relacionaran; así, personas que dejan de trabajar juntas pueden seguir relacionándose, si entre ellas surgió una amistad.

La *atracción interpersonal* se puede entender, de una forma amplia, como una actitud o predisposición a responder hacia otra persona de manera positiva. Este juicio no se suele quedar en la dimensión cognitivo-evaluativa, sino que es frecuente que vaya asociado a conductas, como por ejemplo, el intento de estar junto a las personas que nos atraen, a sentimientos como, por ejemplo, sentirnos alegres o felices junto a tales personas, y a otras cogniciones, entre las que se puede citar la de inferir que una persona muy atractiva tendrá otras características positivas (Berscheid, 1985).

Tradicionalmente se ha concebido a la atracción como un continuo bipolar, con un extremo positivo (por ejemplo, el amor) y otro negativo (por ejemplo, odio). Sin embargo, estudios más recientes sobre afectos y emociones han puesto de manifiesto que los afectos positivos y negativos son dos dimensiones relativamente independientes (Cacioppo y Bernston, 1994). Por ejemplo, Gable, Reis, y Elliot (2000) encontraron que los eventos positivos cotidianos estaban relacionados con un incremento en los afectos positivos, pero no con cambios en los afectos negativos.

Los factores que favorecen que surja la atracción hacia otra persona son la familiaridad, la semejanza, la reciprocidad, y el atractivo físico.

Familiaridad

Las personas con quienes tenemos más contacto se suelen ver como menos peligrosas y las relaciones con ellas se consideran más seguras, de ahí que sea probable que surja la atracción. Zajonc (1968) demostró la existencia del denominado *efecto de mera exposición*, que consiste, sencillamente, en que la exposición repetida a un estímulo incrementa la atracción. Este fenómeno ha aparecido en una gran variedad de condiciones (Bornstein, 1989). En el caso de las percepciones interpersonales, la explicación de este hecho puede derivar de que, cuanto más conocemos a una persona, más capacitados nos sentimos para predecir su conducta —y también es más probable que conozcamos los parecidos que tiene con nosotros mismos (Moreland y Zajonc, 1982)—.

Moreland y Beach (1992) hicieron que cuatro estudiantes colaboradoras de igual atractivo físico se presentaran en clase con diferente frecuencia. Así, una de ellas asistió a 15 clases, otra a 10, la tercera sólo a 5 y la última nunca apareció. Casi al final del curso, con el pretexto de realizar otra investigación, los alumnos y alumnas vieron las fotografías de las cuatro estudiantes y se les pidió que las evaluaran según lo atractivas que le resultaban (tenían que decir, por ejemplo, si les gustaría pasar un rato con ellas, o trabajar en un proyecto común). Los resultados mostraron la existencia de una relación lineal entre frecuencia de asistencia a clase y atracción: cuanto más había acudido la chica a clase, más atractiva resultó (y eso a pesar de que los participantes, de ambos sexos, no recordaban haber visto a ninguna de las chicas por clase).

La familiaridad puede ser una de las razones del hecho, sólidamente establecido, de que es más probable que iniciemos relaciones con quienes están cerca físicamente que con quienes están lejos. Conviene reseñar que, si bien la familiaridad está positivamente relacionada con el inicio de las relaciones, cuando se trata de relaciones más duraderas su papel es menos claro.

Así, por ejemplo, si todo lo demás es igual, los estímulos con los que estamos más familiarizados pierden la capacidad para llamar la atención, un fenómeno que, por ejemplo, ha sido corroborado en el caso del deseo sexual (Berscheid, 1985). De igual forma, estudios realizados con matrimonios han mostrado que, cuanto más atracción hay entre sus dos componentes, con mayor frecuencia se relacionan (Johnson, Amoloza y Booth, 1992), pero no se ha constatado, en cambio, la relación inversa, esto es, que cuanto más se relacione entre sí una pareja, mayor atracción haya entre quienes la integran (Reissman, Aron y Bergen, 1993).

Semejanza

Los resultados de la investigación psicosocial muestran que, en general, conforme aumenta la *semejanza* entre las personas también aumenta la atracción, especialmente cuando la semejanza tiene lugar en una dimensión que es importante para el perceptor. No obstante, esta relación depende de la dimensión sobre la que se base la semejanza.

En el caso de características relacionadas con la pertenencia étnica, nacional o religiosa, el nivel cultural o educativo, la profesión u ocupación, la clase social, el género, la edad, y otras características sociodemográficas, la semejanza ha aparecido relacionada con la atracción. Pero es difícil dilucidar si esa relación es real o se puede explicar en función de otras características compartidas con las personas que tienen las mismas pertenencias grupales que nosotros: en general, con estas personas tenemos más contacto (familiaridad), tal vez existan presiones sociales que fomenten las relaciones intragrupales y dificulten la intergrupales (eso sin contar con el hecho de que también puede ser que los miembros de otros grupos no quieran relacionarse con nosotros), y puede ser que, además de tener la misma pertenencia grupal, nuestras ideas, valores, actitudes y aficiones sean iguales o muy parecidas.

Semejanza en personalidad

En el caso de la *semejanza en personalidad*, los resultados de las investigaciones son poco consistentes. En general, cuando la dimensión de personalidad se manifiesta con claridad, cosa que no siempre es fácil, la semejanza tiende a producir más atracción que la diferencia, al menos en el caso de las siguientes características: orientación del rol sexual (contrariamente a una creencia ampliamente extendida según la cual las mejores parejas serían las formadas por hombres “masculinos” y mujeres “femeninas”), depresión, conducta tipo A, búsqueda de sensaciones y estilo cognitivo (Baron y Byrne, 1991).

Semejanza en actitudes

Pero donde más claramente ha aparecido la relación entre semejanza y atracción es en el caso de las actitudes. El estudio clásico es el realizado por Newcomb (1961), un trabajo de campo en el que el autor ofrecía alojamiento gratis a universitarios a cambio de que rellenaran diversos cuestionarios, tanto antes de ingresar en una residencia universitaria como a lo largo de su estancia en ella. Los resultados mostraron que quienes tenían al ingresar actitudes y valores semejantes experimentaban una gran atracción entre sí al final del semestre. En cambio, quienes diferían en estas actitudes y valores, aunque compartieran la misma habitación, no acababan siendo amigos y manifestaban poca simpatía los unos por los otros al final de dicho periodo.

Numerosos estudios de laboratorio han ratificado esta relación entre semejanza actitudinal y atracción (Byrne, 1971). El procedimiento habitual utilizados en estos estudios consiste en pedir a cada participante que rellene un cuestionario sobre sus actitudes (por ejemplo, sobre lo que piensa acerca de la pena de muerte, el aborto o las armas nucleares); posteriormente recibe las respuestas que otra persona, de la que no conoce nada más, ha dado a las mismas

cuestiones, y se le pide que exprese su grado de atracción hacia tal persona. En realidad ésta no existe, sino que son los propios investigadores quienes a la luz de las respuestas del participante, elaboran las contestaciones de la persona hipotética, variando su parecido con las del sujeto, por ejemplo, 20%, 50% u 80% de semejanza. Los resultados indican que cuanto mayor es la semejanza, mayor es la atracción, y han aparecido con muestras de personas de todas las edades, con grupos muy diferentes, y en diversos países (Byrne y cols., 1971).

Semejanza en el yo ideal

Junto a las características sociodemográficas, las de personalidad y las actitudinales, Robins y Baldero (2003) sugieren la importancia, para la formación y mantenimiento de relaciones, de la comparación de los yo reales de quienes mantienen una relación, y especialmente de la comparación de sus yo *ideales* y *debidos*. Véase el Cuadro 12.3.

Cuadro 12.3: La importancia de las comparación en el yo ideal para la atracción.

Yo ideal: está compuesto por todo aquello a lo que aspiramos, aquello que nos gustaría ser como, por ejemplo, nuestras aspiraciones de llegar a ser rico, feliz o astronauta (entre otras posibilidades).

Yo debido: está compuesto, en cambio, por todo aquello que creemos que debemos ser, por ejemplo, honrado, solidario, trabajador, competente...

Las discrepancias que surgen de las comparaciones entre los diferentes “yoes” (especialmente entre el real y los otros dos) provocan, por lo general, emociones interpersonales negativas.

Ahora bien, en el caso de las relaciones, no sólo se comparan los diferentes “yoes” de una persona entre sí, sino también estos “yoes” con los de la pareja.

Por ejemplo, tal vez para un miembro de la pareja lo importante es llegar a ser rico, mientras que esto no lo es en absoluto para el otro miembro.

Cuanto mayor sea la semejanza que se percibe en estas comparaciones, mayor atracción y calidad en la relación.

Fuente: Robins y Baldero (2003).

Semejanza y atracción: un camino de ida y vuelta

La relación entre semejanza y atracción depende de otros factores, además de la base de la semejanza. Para llamar la atención sobre este hecho, Tesser (1988) formuló el *Modelo del mantenimiento de la auto-evaluación*. Postula que las personas buscamos mantener una visión positiva de nosotros mismos, y que nuestras relaciones con otras personas influyen en esa auto-evaluación.

Así, cuando una persona con la que mantenemos una relación cercana sobresale en un determinado campo o tiene un éxito, nuestra autoestima probablemente sufrirá, y nuestra atracción hacia esa persona disminuirá, si ese mérito se obtiene en un área que es importante para nosotros. En cambio, si ese mérito lo obtiene la persona en algo que para nosotros no es importante, entonces lo más probable es que nuestra autoestima no se resienta sino que, al contrario, tenderá a aumentar al sentirnos asociados a esa persona y, en consecuencia, la atracción se incrementará igualmente.

También es posible no sólo que la semejanza, cuando se dan ciertas condiciones, lleve a la atracción, sino que la atracción lleve a la semejanza: si alguien nos gusta, es probable que ocultemos o modifiquemos las diferencias respecto a esa persona, con lo que acabaremos siendo semejantes, al menos superficialmente. De hecho, hay investigaciones que han mostrado que los miembros de los matrimonios acaban siendo más y más semejantes entre sí, incluso físicamente, conforme pasa el tiempo (Zajonc, Adelman, Murphy y Neidenthal, 1987).

Jones, Pelham, Carvallo y Mirenberg (2004) han encontrado en diversos estudios que las personas tienden a asociarse y a mantener relaciones interpersonales cercanas con personas que se le parezcan, incluso en dimensiones aparentemente triviales, porque de esa manera se activan las asociaciones positivas automáticas vinculadas a ellas mismas. Es un caso concreto de un fenómeno más general, conocido como *egotismo implícito*, según el cual las personas tendemos a asociarnos a los objetos con los que nos relacionamos. Véase el Cuadro 12.4.

Cuadro 12.4: *Efecto de la semejanza en dimensiones triviales.*

Investigaciones de archivo: se ha encontrado que es más probable que las personas se casen con otras personas cuyos nombres o apellidos se parezcan a los suyos (por ejemplo, Jennifer y Jesse).

Investigaciones experimentales: se ha encontrado que los participantes se sienten más atraídos:

- Hacia personas a las que los experimentadores asignan números en el experimento que se parecen a su fecha de nacimiento (por ejemplo, un participante nacido el 8 de septiembre —08-09— recibe información de otro participante con código experimental 08-09).
- Hacia personas con apellidos que tienen algunas letras que coinciden con los propios apellidos de los participantes.
- Hacia personas con números impresos en el jersey que, de forma subliminal, se emparejan con sus propios nombres.

Fuente: Jones, Pelham, Carvallo y Mirenberg (2004).

Relaciones entre semejanza y atracción: las razones

¿Por qué semejanza y atracción están relacionadas? Hay una primera respuesta sencilla y rápida a esta pregunta: la semejanza suele ser gratificante. Que alguien comparta nuestras ideas, nuestros gustos, nuestras costumbres, nuestros valores, nuestras actitudes, y otros aspectos por el estilo, da validez a esas ideas, gustos, costumbres, valores y actitudes (Festinger, 1954).

Pero la sencillez de la respuesta no puede ocultar las excepciones que no contempla, y que son numerosas. En efecto, en muchas ocasiones la semejanza no genera atracción. Véase el Cuadro 12.5.

Cuadro 12.5: *Algunos casos en los que la semejanza no lleva a la atracción.*

1. Las personas que padecen cáncer prefieren estar con personas sanas a estar con otros enfermos que tengan la misma enfermedad, ya que procuran evitar todo lo que les recuerde su situación (Rofe, Lewin y Hoffman, 1987).
2. Las personas semejantes a nosotros, pero en posesión de alguna característica negativa adicional, o de estatus inferior (Karuza y Brickman, 1978), tienden a generar rechazo en nosotros, en lugar de atracción (como sería de esperar, dada la semejanza en aspectos positivos):
 - # Estudio de Novak y Lerner (1968): los participantes recibían información de otro estudiante que era semejante en actitudes. De forma incidental, a un grupo de participantes se les informaba de que ese estudiante había padecido una crisis nerviosa, por lo que había habido que internarle en un hospital psiquiátrico. A otro grupo no se le facilitaba esta información. Para este grupo, la semejanza llevaba a la atracción, mientras que para el grupo de los que creían que dicha persona había tenido problemas mentales, la semejanza en actitudes generaba una menor atracción.
3. En algunas ocasiones, la diferencia puede ser más gratificante que la semejanza. Por ejemplo, relacionarnos con alguien que tiene actitudes diferentes nos puede servir para aprender cosas nuevas y valiosas (Kruglanski y Mayseless, 1987).
4. En otras ocasiones, sentirse único y especial es algo muy valorado (Snyder y Fromkin, 1983).
5. Los estudios sobre relaciones intergrupales han mostrado que muchas veces buscamos que los grupos a los que pertenecemos sean lo más diferentes posible de otros grupos, especialmente de aquellos con quienes mantenemos una relación de rivalidad o competencia.

Una segunda respuesta a la pregunta anterior ya se sugirió al principio de este apartado: es posible que las personas semejantes a nosotros nos resulten atractivas y que, por tanto, acabemos relacionándonos con ellas, sencillamente porque no tenemos otras alternativas, porque creemos que no podemos pedir más de lo que podemos dar o porque pensamos que la reciprocidad en la atracción va a ser más probable con quienes son semejante a nosotros. La gente de cierto nivel educativo, clase social, barrio (y otros aspectos sociales de interés fáciles de imaginar), se relaciona normalmente con otras personas del mismo nivel educativo, clase y barrio. Incluso, aunque sea posible relacionarse con personas de características diferentes a las nuestras, los costes que eso nos supondría y las escasas probabilidades de tener éxito en esa relación puede hacer que desistamos de hacerlo.

Nadie duda que a la mayoría de la gente le gustaría tener como pareja el actor o actriz de moda; sin embargo, pocas personas se afanan en tener tal relación. ¿Por qué? Sencillamente porque creen que es imposible. En el caso de la atracción interpersonal, en la vida real la gente se siente atraída por las personas más valoradas, pero siempre y cuando las considere dentro del círculo de aquellas que creen pueden corresponderle (Bernstein, Stephenson, Snyder y Wicklund, 1983). En el caso del atractivo físico este hecho ha sido denominado *hipótesis del emparejamiento* (Feingold, 1988): en los países occidentales los miembros de parejas heterosexuales suelen ser de atractivo físico semejante. Cuando hay diferencias en el nivel de semejanza, según la *Teoría de la equidad*, las diferencias se compensarían en otros campos. Así, por ejemplo, las mujeres pueden relacionarse con hombres de menor atractivo físico que ellas, pero en ese caso estos hombres suelen tener mayor estatus (Buss, 1995).

Reciprocidad

Otro de los factores que influyen en que surja la atracción y se puedan iniciar relaciones cercanas es la existencia de *reciprocidad en la relación*, esto es, que también nosotros le gustemos a esas personas (Condon y Crano, 1988). No obstante, la reciprocidad suele aumentar en importancia conforme aumenta la duración de la relación (Kenny, 1994).

Este fenómeno no es exclusivo de las relaciones románticas, pues también aparece en la amistad o en las relaciones profesionales. Curtis y Miller (1986) diseñaron un experimento en el que los participantes tenían que interactuar con un extraño. Con anterioridad, a unos participantes se les había hecho creer que, debido a información transmitida por el experimentador al extraño, éste había manifestado que el participante le caía bien. En cambio, a otros participantes se les dijo que el extraño había comentado que el participante le producía una mala impresión. La interacción reflejó el impacto de las informaciones recibidas por los participantes. Estos, al interactuar, si creían que lo hacían con alguien a quien le caían bien, hablaban en tono más afectuoso, miraban más a sus ojos y se mostraban más abiertos. Se observó el comportamiento contrario en los que creían que el extraño los detestaba. Además, en una nueva demostración de la *profecía que se cumple a sí misma* (concepto introducido por Merton, 1948), quienes creían que caían bien se comportaban de manera que acababan cayendo realmente bien al extraño, el cual, por cierto, desconocía la manipulación experimental.

En ocasiones, la reciprocidad es incluso más importante que otros factores que influyen en la atracción, como la semejanza o la adulación. Así, Gold, Ryckman y Mosley (1984) encontraron que cuando una mujer respondía de manera positiva a un hombre, por ejemplo, manteniéndole la mirada, hablándole y acercándose, éste tendía a sentirse atraído hacia ella, incluso cuando sabía que sus actitudes eran diferentes. En la misma línea están los resultados de la *Teoría de la auto-verificación* de Swann (1990). Véase el Cuadro 12.6.

Cuadro 12.6: *Resultados confirmatorios de la Teoría de la Autoverificación.*

La teoría postula que las personas mostramos preferencia por aquellas personas con las que coincidimos en la visión que tenemos de nosotros mismos, aunque se trate de una visión negativa. Es decir, se prefiere a quien mantiene una opinión sobre uno mismo que se considera exacta, sin importar que sea negativa.

Estudio de Swann, Hixon y De la Ronde (1992) sobre parejas:

- # Las personas con auto-conceptos negativos estaban más comprometidas con el otro miembro de la pareja, y mostraban más deseos de mantener la relación, cuando el otro miembro tenía de ellas esa misma visión negativa en lugar de una visión positiva.
- # Las personas que tenían auto-conceptos positivos tenían mayor compromiso cuando el otro miembro de la pareja tenía también esta visión positiva.

Fuente: Swann (1990).

Sin embargo, aunque caerle bien a los demás favorece que nos atraigan, no siempre ocurre esto con la misma intensidad. Por ejemplo, recibir continuamente elogios y adulaciones por parte de una persona puede llegar a cansar y ser visto más como una característica de quien nos elogia (se trata de una persona aduladora) que como consecuencia de nuestras virtudes. También los elogios inesperados o procedentes de personas de quienes no los esperamos, pueden tener mayor valor.

Así lo demuestra el conocido experimento de Aronson y Linder (1965). En él se creaban cuatro situaciones de interacción:

- Una persona siempre hacía comentarios positivos de otra (condición positivos/positivos).
- Siempre hacía comentarios negativos (negativos/negativos).
- La persona comenzaba haciendo comentarios negativos pero hacia la mitad de la sesión (y así hasta el final) continuaba con comentarios positivos (negativos/positivos).
- Al revés que la situación anterior: la primera parte de la sesión estaba llena de comentarios positivos y la segunda de negativos (positivos/negativos).

Después pidieron a las personas que evaluaran a quienes habían ido haciendo comentarios sobre ellos. La evaluación general respondió al planteamiento de los autores del experimento. En efecto, la mayor puntuación (que indica mayor valoración y atracción) fue de 7,67 y se dio en la condición negativos/positivos, seguida por 6,42 (positivos/positivos), 2,52 (negativos/negativos) y 0,87 (positivos/negativos). En resumen, la atracción, cuando tras los comentarios negativos venían los positivos, fue superior incluso a aquellos casos en los que sólo se recibían elogios.

Atractivo físico

Una persona con apariencia física agradable resulta más atractiva que otra con apariencia física menos agraciada (Hatfield y Sprecher, 1986), si se mantienen constantes las demás variables. De hecho, en muchos idiomas, el término que se utiliza para designar una presencia física agradable es, precisamente, atractivo físico, estableciendo una equivalencia entre ser agraciado y ser atractivo.

El atractivo físico es importante en la formación (Feingold, 1990, 1992a; Sprecher y Duck, 1994), mantenimiento (por ejemplo, Simpson, Gangestad, y Lerma, 1990), y satisfacción con las relaciones románticas (Sangrador y Yela, 2000; Shackelford, 2001). El papel que el atractivo físico desempeña en las relaciones es más importante en unas culturas (como la nuestra) que en otras (por ejemplo, culturas en las que las relaciones están claramente limitadas por prescripciones religiosas y sociales) y es también más importante en las relaciones románticas con

personas del otro sexo. Pero no cabe olvidar que el atractivo físico se ha revelado igualmente importante en otro tipo de relaciones, como las que los niños pequeños establecen entre sí. De hecho, Dion y Berscheid (1974) encontraron que los niños preferían a otros niños atractivos y tendían a considerar a quienes no lo eran como más agresivos y menos amistosos. La tendencia a juzgar a los demás por su apariencia parece, por tanto, algo universal y ubicuo.

El atractivo físico de una persona es especialmente importante en los primeros encuentros, pues suele ser un factor de gran peso para determinar si la relación o interacción continuará o no. Conviene no olvidar, sin embargo, que en muchas ocasiones es posible que la relación continúe (por ejemplo, entre compañeros de clase) independientemente del atractivo con el que inicialmente percibamos a las otras personas.

Atractivo físico y género

El atractivo físico es un determinante más importante de la atracción hacia personas del sexo opuesto en los hombres (Feingold, 1992a, 1992b; Maner y cols., 2003), y eso parece ocurrir en muchas culturas (Buss, 1989).

Una explicación de este hecho que goza de cierta aceptación es la proporcionada por la *Teoría socioevolucionista*. Según esta teoría, las personas actúan, fundamentalmente de manera inconsciente, mediante mecanismos que se han ido seleccionando durante la evolución humana para incrementar al máximo la probabilidad de tener descendencia (Buss, 1994). En este sentido, para los hombres sería importante relacionarse con mujeres con capacidad para tener y criar hijos saludables. El aspecto físico atractivo, la juventud, el aspecto facial infantil (ojos grandes, nariz y barbilla pequeña, amplia separación entre los ojos), o unas determinadas proporciones cintura-cadera, serían, según esta teoría, indicadores de que la mujer tiene esa capacidad.

En cambio, sigue diciendo la misma teoría, para las mujeres la crianza de la prole depende básicamente de relacionarse con hombres que se comprometan en esa crianza y tengan medios y capacidades para afrontarla. Indicios de que los hombres cumplen esos criterios son la estructura corporal atlética, características faciales de madurez (por ejemplo, pómulos prominentes, mandíbula ancha), la edad y, sobre todo, los indicadores de dominancia y estatus. Diversos estudios han mostrado la existencia de esos patrones de preferencias en hombres y en mujeres de culturas muy diferentes.

Pese a este resultado positivo, explicaciones alternativas a la elaborada por la Teoría socioevolucionista son posibles. Entre ellas, la que insiste en el hecho comprobado de que también es casi universal que los hombres tengan mayor estatus que las mujeres. Es ese mayor estatus y poder el que otorgaría a los varones mayores privilegios: la poligamia es frecuente mientras que la poliandria es más bien anecdótica, la infidelidad y promiscuidad sexual es mayor en los hombres (y es mucho más aceptada en ellos que en las mujeres), el divorcio (transculturalmente) es mucho más fácil a petición de los varones, y otros resultados similares.

En qué reside el atractivo físico

Para contestar a la pregunta de qué es lo que hace que una persona sea atractiva físicamente se ha estudiado sobre todo el rostro. Algunas investigaciones (Cunningham, 1986; Grammer y Thornhill, 1994) han mostrado que un rostro femenino atractivo es aquél de aspecto infantil (ojos grandes y separados, nariz pequeña, sonrisa amplia y barbilla pequeña), o con características de madurez (pómulos prominentes, cejas altas y pupilas grandes), existiendo cierto

grado de consenso entre personas de diferentes culturas (Cunningham, Roberts, Barbee, Druen y Wu, 1995).

Hay menos investigaciones y consenso acerca de qué es lo que hace atractivo a un rostro masculino, aunque algunos estudios sugieren que una mandíbula ancha es una de las características más valoradas por las mujeres (Cunningham, Barbee y Pike, 1990). En cambio, Perret y cols. (1998) han encontrado que las caras de hombres ligeramente feminizadas resultaban más atractivas tanto para evaluadores hombres como mujeres (y eso ocurría en evaluadores ingleses y japoneses).

En contraposición a la postura que defiende la existencia de unos rostros prototípicos atractivos, Langlois y colaboradores (Langlois y Roggman, 1990; Langlois, Roggman, y Musselman, 1994) han encontrado que los rostros promedio tanto de hombres como de mujeres eran considerados de mayor atractivo que los rostros singulares y reales. Los primeros eran creados mediante tecnología informática y la elaboración de una especie de fotografías robot a partir de varias fotografías reales de varones y de mujeres. No obstante, tenemos que decir que aún existe notable controversia en torno a si efectivamente los rostros promedio son o no los más atractivos, así como tampoco hay acuerdo en por qué lo son: tanto la familiaridad (los rostros promedio son los que estamos más acostumbrados a ver) como la simetría (estos rostros son los más simétricos, pues las características extremas se suavizan) han sido propuestos como procesos que hacen atractivo a un rostro promedio.

Otras características físicas también parecen influir en el atractivo, como es el caso de la estatura, positivamente en los juicios de varones y negativamente en los de mujeres (Sheppard y Strathman, 1989) o de la estructura corporal —por ejemplo, la relación cintura-cadera en el caso de la mujer (Singh, 1993). En la evaluación que los varones realizan del atractivo de mujeres, la estructura corporal tiene un peso incluso mayor que el rostro (Alicke, Smith, y Klotz, 1986). En este último estudio, apareció que el atractivo de las chicas decrecía notablemente cuando una cara muy atractiva se correspondía con un cuerpo nada atractivo.

Belleza y atracción: las razones

Existen diversos intentos de explicación de las razones que hacen que un físico agradable resulte atractivo.

En primer lugar, existe una creencia ampliamente extendida según la cual “lo que es bello, es bueno”, aunque esta asociación es de intensidad moderada (Eagly, Ashmore, Makhijani, y Longo, 1991). En virtud de esta creencia se tiende a pensar que quien es atractivo, en comparación con quien no lo es, también tiene otras características positivas, como ser sexualmente afectuoso, sociable, decidido y mentalmente saludable (Buunk, 1996) (recuérdese que casi siempre los “buenos” de las películas y cuentos eran guapos mientras que los “malos” eran feos). No obstante, la asociación suele ser más fuerte cuando se trata de características relacionadas con la competencia social (por ejemplo, simpatía, amigabilidad), moderada cuando son atributos relacionados con el ajuste personal y la competencia intelectual (por ejemplo, inteligencia), y nula cuando se trata de índices relacionados con la integridad y la preocupación por los demás (por ejemplo, honradez) (Eagly y cols., 1991; Feingold, 1992a).

Además, aunque el estereotipo de “lo que es bello es bueno” ha aparecido en culturas muy diferentes, las inferencias que se realizan a partir del atractivo físico varían considerablemente de unas culturas a otras. Por ejemplo, mientras que puede haber culturas en las que las personas atractivas son vistas con alta “potencia” (fortaleza, asertividad, dominancia),

como en Estados Unidos, un país “individualista”, en otras culturas son vistas como íntegras y preocupadas por los demás, en Corea, por ejemplo, un país “colectivista” (Wheeler y Kim, 1997). También conviene tener en cuenta que, en ciertas ocasiones, el atractivo puede estar asociado a características negativas. Por ejemplo, las mujeres muy atractivas pueden ser juzgadas como más materialistas o vanidosas que las menos atractivas (Cash y Duncan, 1984), o pueden ser consideradas más culpables que estas últimas cuando se las juzga de un delito en el que media el engaño (Sigal y Ostrobo, 1975). Sigelman y colaboradores (1986) encontraron que mientras que los políticos varones atractivos eran más valorados que los menos atractivos, en el caso de las mujeres la tendencia era inversa: las mejor evaluadas fueron las menos atractivas.

En segundo lugar, la asociación con personas atractivas puede hacer que nuestra imagen pública salga favorecida, lo cual parece cierto especialmente en el caso de los varones (Sigal y Landy, 1973). En el caso contrario, esto es, una mujer acompañada de un hombre muy atractivo, los resultados de los diferentes estudios no son totalmente coincidentes. No obstante, a veces también ocurre que cuando estamos con personas más atractivas nos sentimos menos atractivos (Thorton y Moore, 1993).

Por último, pudiera ser que las personas atractivas se comporten de una manera que las haga realmente más atractivas. Reis y colaboradores (1980, 1982) encontraron que el atractivo físico de los universitarios varones estaba asociado con el número, porcentaje y duración promedio de sus relaciones con chicas; esta relación no apareció en el caso de las mujeres. La revisión de investigaciones realizada por Feingold (1992b) muestra que las personas atractivas, comparadas con las poco atractivas, estaban menos solas, gozaban de mayor popularidad entre el sexo opuesto y tenían más habilidades sociales y experiencias sexuales; pero no parecían tener diferentes —y mejores— características de personalidad ni habilidades mentales. Diener, Wolsic y Fujita (1995), por su parte, encontraron que las personas atractivas tendían, pero muy débilmente, a tener mayor bienestar subjetivo (esto es, se sentían mejor) y mayores ingresos económicos y energía.

Sin embargo, también pudiera ser que las características positivas que muestran las personas atractivas sean una consecuencia de nuestras propias expectativas (*profecía que se cumple a sí misma*). Esto es, si pensamos que alguien por ser atractivo es también simpático, es probable que nos comportemos con esa persona de manera que ella se comporte con simpatía.

Conviene, no obstante, relativizar las virtudes de la belleza física. Ya hemos señalado como, a veces, las personas muy atractivas son evaluadas peor que las menos atractivas. También es posible que estas personas sufran lo que se denomina *ambigüedad atribucional* (Major, Carrington y Carnevale, 1984). Imagínese que una persona muy atractiva es seleccionada o ascendida para un puesto de trabajo que requiere altas cualificaciones; esta persona —en comparación con otra que se encuentre en la misma situación y que sea poco atractiva— siempre podrá dudar de si ha sido seleccionada por sus méritos o por su atractivo.

Otras características personales que influyen en la atracción

Aunque, como hemos dicho, el aspecto físico de una persona influye considerablemente en que resulte atractiva o no, otras características personales también son importantes, incluso más que el atractivo, especialmente transcurridos los primeros encuentros. Moya (1990) pidió a una muestra española heterogénea compuesta por algo más de cuatrocientas personas que

evaluaran diversas características de personalidad. Las que resultaron mejor evaluadas fueron las siguientes: comprensión, lealtad, capacidad para captar los sentimientos de los demás, sinceridad y alegría y las menos valoradas fueron: violencia, narcisismo, comportamiento caprichoso, dominancia y agresividad.

Especialmente importantes son las características de las personas que nos proporcionan información acerca de su poder, prestigio o posición social. En general, cuanto mayor es la presentación de estas características, mayor es el atractivo, especialmente cuando se trata de varones. Esta idea ha aparecido confirmada en algunos estudios que han analizado los anuncios de prensa en los que se ofrecen o se solicitan relaciones personales heterosexuales (Deaux y Hanna, 1984; Harrison y Saeed, 1977). En general, las mujeres ofrecen atractivo físico y buscan seguridad financiera, mientras que los hombres ofrecen posición financiera y solicitan ciertas características físicas y/o cualidades domésticas. En algunos países esta tendencia llega a ser particularmente intensa. Por ejemplo, a finales de los años 80 del siglo pasado, en China, las mujeres buscaban hombres con determinado nivel educativo o profesional mientras que los hombres apenas mencionaban estas características en su pareja deseada, sino su belleza, amabilidad y capacidad para llevar un hogar; es más, en algunas zonas de China, mientras que para los hombres tener un buen nivel educativo y profesional era una gran ventaja a la hora de encontrar pareja, para las mujeres estas características suponían una desventaja (Honig y Hershatter, 1988).

También conviene saber que las personas que tienen muchas cualidades, pero también algún defecto, pueden resultar más atractivas que quienes no presentan ninguna característica negativa (Aronson, Willerman y Floyd, 1966).

La elección de pareja

Un tipo particular de relación muy extendida, pues está presente casi en todas las culturas que se conocen, es la relación de pareja heterosexual, tradicionalmente incluida bajo la etiqueta de relación matrimonial. No obstante, como objeto de estudio lo que interesa son aquellas relaciones estables entre hombres y mujeres, independientemente del estatus legal que adopten: simple convivencia, matrimonio civil, religioso, y otros por el estilo. En este apartado, una vez hecha esta aclaración, utilizaremos, para simplificar, el término matrimonio.

El matrimonio, a lo largo del mundo, puede situarse a lo largo de un continuo:

- En un extremo de ese continuo estarían los matrimonios “arreglados”, aquellos en los que otras personas deciden quién se casa con quién.
- En el extremo opuesto estarían los matrimonios libres, aquellos en los que la decisión es competencia exclusiva de las dos personas implicadas.

Como todo continuo, la mayoría de los casos no se sitúan en los extremos, sino en zonas más intermedias. Así, hay muchos casos en los que las familias eligen con quien se pueden casar los hijos o hijas, pero la opinión de estos también es tenida en cuenta; otras veces, en la sociedad hay ciertas tradiciones de con quien se puede casar uno (por ejemplo, primos entre sí, tíos y sobrinas) y son los interesados quienes eligen. Sin embargo, es más fácil encontrar matrimonios cerca del extremo “arreglado” (no son raros los casos en los que los cónyuges ni siquiera se han visto antes del día de la boda), que cerca del extremo “libre”, pues es prácticamente imposible encontrar una sociedad en la que no exista alguna limitación al matrimonio —por ejemplo, las reglas de exogamia y del incesto.

RECUADRO: Frecuencia y función social del matrimonio “arreglado”.

Por muy extraño que pueda parecer en una sociedad occidental, el matrimonio “arreglado”, generalmente por los padres con la ayuda de parientes o “casamenteros”, es la forma más extendida de elección de pareja en el mundo, especialmente si lo que se tiene en cuenta es, no el número absoluto de matrimonios, sino el número de sociedades diferentes en las que existe (Ingoldsby, 1995).

La extensión del matrimonio “arreglado” (en mayor o menor grado) puede deberse a las ventajas que supone para la sociedad, sobre todo cuando se trata de sociedades agrarias, pobres y poco desarrolladas:

- # Fortalece las estructuras sociales.
- # Permite a los mayores mantener el control de la familia.
- # Favorece los vínculos económicos y políticos entre familias.
- # Asegura la supervivencia de las familias durante generaciones.
- # Permite el mantenimiento, o extensión, de las propiedades familiares.
- # Puede llegar a ser la única forma de protección económica y social para las personas débiles.

Buena prueba de lo anterior es la arraigada costumbre de muchas culturas consistente en que el viudo, y sobre todo la viuda, se vuelven a casar generalmente con una hermana o hermano del cónyuge fallecido (Ingoldsby, 1995).

Otra prueba de la importancia económica del matrimonio “arreglado” la proporciona el hecho de que incluso en las sociedades occidentales actuales se encuentran vestigios de esta práctica. Así, casi en las dos terceras partes de las sociedades conocidas, el hombre debe “pagar” para casarse con una mujer, entendiendo pagar como la transferencia que la familia del novio hace de bienes o recursos a la familia de la novia. Menos común es el proceso inverso: que la familia de la novia pague a la del novio, aunque esta costumbre ha gozado de cierta aceptación en otras épocas en Europa y Asia (véase Stephens, 1963).

Quién paga a quién parece estar relacionado con el “valor” de las mujeres en la sociedad: si el número de mujeres es escaso y los hombres tienen dificultad para encontrar pareja, lo más frecuente es que sea el novio quien pague (Ingoldsby, 1995). Mediante la dote se crean dos tipos de vínculos morales entre las personas o, para ser más exactos, entre las familias:

- # Genera una especie de contrato, que simboliza la confianza entre las familias, por lo que, en muchas ocasiones, cuando las condiciones de tal contrato no se cumplen, porque la mujer, por ejemplo, es estéril, el contrato se rompe, el matrimonio se disuelve y la dote se devuelve.
- # Crea fuertes lazos entre la familia que paga, pues no es raro que el resto de la familia tenga que ayudar al novio o novia para la dote (Eriksen, 1995).

Pese a todo, el matrimonio arreglado parece haber ido perdiendo terreno en las últimas décadas, adquiriendo cada vez mayor importancia en la elección de pareja la decisión de los propios interesados y la existencia de enamoramiento.

Hatfield y Rapson (1996) consideran que este cambio es uno de los más grandes acontecidos en el campo de las relaciones interpersonales. Entre los factores que han favorecido esta tendencia está el acceso a mayores niveles de educación, el crecimiento económico (que favorece la movilidad geográfica), las políticas gubernamentales (por ejemplo en la India se han promulgado diferentes leyes que dificultan las formas tradicionales de matrimonio), y la occidentalización creciente (más comúnmente llamada globalización) (Goodwin, 1999, p. 71). Sin embargo, este hecho no debe hacernos creer que la “cultura del noviazgo” presente en nuestras sociedades (por ejemplo, chico y chica se conocen en un contexto informal —fiesta— o formal —universidad—, se caen bien, comienzan a salir juntos, y así sucesivamente) se ha ido extendiendo de la misma manera; en muchas sociedades (por ejemplo, China, Japón) las normas que regulan las interacciones entre las personas jóvenes de ambos sexos aún son bastante restrictivas.

Un ejemplo que ilustra la convergencia mundial en los patrones de elección de pareja a la vez que la existencia de peculiaridades según la sociedad, lo constituye el estudio de Levine, Sato, Hashimoto y Verma (1995, pp. 561-563) realizado con participantes de varios países y que aparece resumido en el Cuadro 12.7.

Cuadro 12.7: *Importancia concedida al amor como base del matrimonio en diferentes culturas.**

País	Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3
India	49	46,2	34,6
Pakistán	50,4	33	35,7
Tailandia	18,8	46,9	34,2
Estados Unidos de Norteamérica	3,5	35,4	40,3
Reino Unido	7,3	44,6	46,4
Japón	2,3	41,1	27,9
Filipinas	11,4	45,5	23,9
México	10,2	51,7	50,9
Brasil	4,3	77,5	63,4
Hong Kong	5,8	47,1	24,8
Australia	4,8	29,3	22,6

Pregunta 1: “si un hombre (o una mujer) tuviera todas las cualidades que Vd. desea, ¿se casaría con él/ella aunque no estuviera enamorado?”.

Pregunta 2: “Si el amor ha desaparecido completamente del matrimonio, ¿es lo mejor para la pareja romper y comenzar una nueva vida?”.

Pregunta 3: “¿Es la desaparición del amor razón suficiente para acabar con un matrimonio?”.

* Las cifras dentro de la tabla representan porcentaje de respuestas afirmativas.

Fuente: (Levine y cols., 1995).

Características deseables en la pareja

¿Cuáles son las características que las personas desean en su pareja? Según Goodwin (1990), las investigaciones muestran que en los países occidentales son rasgos deseados ciertas características abstractas (como la honestidad o la bondad), mientras que en las sociedades más tradicionales y rurales tienden a preferirse atributos más pragmáticos (nivel de ingresos, cumplimiento de las obligaciones sociales o familiares, y otros por el estilo). Un factor importante también parece ser la orientación individualista o colectivista predominante en el país. En general, en los países colectivistas hay una marcada tendencia a elegir la pareja entre miembros del endogrupo, esto es, de la propia etnia, grupo, clan, etc. Factores que influyen en querer relacionarse con personas de los exogrupos son la historia de relación entre ambos grupos (como rivalidad, cooperación u odio), el estatus de los exogrupos (a mayor estatus más deseos de relacionarse), semejanzas culturales y barreras externas, entre otros.

Buss (1989; Buss y cols., 1990) realizó estudios transculturales en lo que participaron más de diez mil personas procedentes de 37 culturas diferentes. Este autor y sus colaboradores parten de un presupuesto evolucionista, según el cual los hombres valorarían en las mujeres sobre todo la juventud y el atractivo, es decir, características que se consideran relacionadas con la capacidad reproductora. En cambio, las mujeres tenderían a valorar en los hombres los indicios relativos al cuidado de la prole, como recursos materiales y sociales.

En las investigaciones mencionadas, se pedía a todos los participantes que indicaran la diferencia de edad que preferían que hubiera entre ellos y su pareja y que ordenaran una serie de características en función de lo deseable que fuera para ellos el que su pareja las tuviera. A grandes rasgos, los resultados obtenidos indican:

- Las mujeres prefieren en todas las culturas parejas mayores que ellas, valoran más que los hombres las “buenas perspectivas económicas” en su pareja en 36 de las 37 culturas y dan más importancia a la “ambición” y “laboriosidad” en 29 culturas.
- Los hombres, en todas las culturas prefieren parejas más jóvenes, valoraban más que las mujeres el atractivo físico de su pareja y, en 23 culturas, la castidad.

El problema con los resultados obtenidos por Buss y sus colaboradores reside en las múltiples interpretaciones a las que están abiertos. Para empezar, aunque resulta paradójico, sirven para mostrar la universalidad de ciertos patrones y, al mismo tiempo, para poner de relieve la relatividad de esos mismos patrones (véase Smith y Bond, 1993). Así, aparte de las diferencias encontradas entre hombres y mujeres, no debe pasar por alto el dato de que tanto unos como otras coincidieron en las cuatro características que consideraron más deseables en cada una de las dos listas que se les proporcionaron: comprensión, inteligencia, ser interesante y saludable en la primera, y atracción mutua, carácter responsable, estabilidad emocional y madurez, en la segunda.

El análisis que hacen Smith y Bond de los datos de Buss y colaboradores les permite llegar a la conclusión de que la cultura contribuye mucho más a explicar tales resultados que las diferencias de género.

En segundo lugar, cuando se pregunta a las personas por características deseables abstractas, como hacen Buss y colaboradores, es lógico obtener bastante universalidad, pero esta tiende a desaparecer cuando las preguntas versan sobre conductas más específicas, ya que entonces aparecen notables variaciones y diferencias (Smith y Bond, 1993).

De hecho, Buss (1989) encontraba que la segunda característica más deseable en la pareja, para hombres y mujeres de todo el mundo, era el ser responsable, mientras que Christensen (1973), varios años antes, había encontrado notables variaciones en las actitudes hacia la infidelidad matrimonial en nueve culturas. Así, el porcentaje de estudiantes que desaprobaban este tipo de infidelidad iba del 10% (muestra danesa) hasta un 90% (muestra estadounidense). En un intento de reconciliar los resultados de Buss y colaboradores con los de Christensen, cabría pensar que la infidelidad se considera como un signo de responsabilidad más en unas culturas que en otras.

Por último, y este es el argumento de Kagitcibasi (1996), la simple existencia de un resultado en muchas culturas no tiene por qué significar necesariamente que la causa tenga que ser biológica. Esa es sólo la conclusión de la Psicología evolucionista. Pero lo cierto es que esas mismas semejanzas son perfectamente explicables apelando a estructuras psicológicas/ecológicas/sociales/culturales.

12.4 El amor

El amor es un fenómeno ciertamente complejo y multifacético. Son tantos los significados del término y tan diferentes los contextos y relaciones en los que se utiliza que, necesariamente, su abordaje en este capítulo nos obliga a simplificar. Tras considerar algunas de las clasificaciones del amor que se han realizado, trataremos con mayor detenimiento una de sus variedades, la conocida como *amor romántico* o enamoramiento.

Tipos de amor

Una forma de analizar las diferentes formas de amor que existen para la gente consiste en preguntarles directamente a las propias personas. Esto es lo que hicieron Fehr y Russell (1991), pidiéndoles a los participantes de su estudio que elaboraran una lista con tantos tipos de amor como se les ocurrieran, apareciendo una larga lista (93 tipos diferentes). Posteriormente, a otras personas se les pidió que dijeran lo típico que, en su opinión, era cada uno de esos tipos del amor; esto es, en qué medida creían que representaba la esencia del amor. El amor más prototípico fue el *maternal* seguido, por este orden, del paternal, la amistad, amor de hermana, amor romántico y amor de hermano. Otros tipos de amor, como el apasionado, el sexual o el platónico, fueron considerados como amores menos prototípicos.

Shaver, Schwartz, Kirson, y O'Connor (1987), utilizando un procedimiento similar, examinaron los juicios de semejanza o parecido entre diferentes términos relacionados con las emociones, encontrando que amor, afecto, cariño, atracción y cuidado formaban una agrupación bastante homogénea. Lo que estas investigaciones muestran es que la concepción que la gente tiene del amor es bastante compleja, y no existe una delimitación clara entre el amor y fenómenos semejantes.

Una de las primeras distinciones fue la realizada por Berscheid y Walster (1978) entre amor romántico, al que nos referiremos más adelante, y amor compañero. Este último consiste básicamente en sentimientos de gran preocupación por la felicidad y bienestar de la otra persona. Nos sentimos profundamente unidos a esa persona, la valoramos y compartimos con ella todo lo que tenemos: posesiones, conocimientos e intimidad. Se trata, en definitiva, de un proceso mutuo de apoyo social, comunicación y comprensión (Sternberg, 1986, 1988). Las emociones que predominan en este tipo de amor son la ternura, el afecto o la satisfacción. Este tipo de amor constituye frecuentemente la base de la mayoría de las relaciones duraderas. A veces, este tipo de relación o de sentimiento surge con posterioridad, aunque puede darse también de forma simultánea, al amor pasional, a medida que las personas enamoradas estrechan sus vínculos y empiezan a compartir intereses y actividades. Otras veces es el resultado de un ambiente social determinado, por ejemplo, en aquellas sociedades en las que sus miembros se conocen todos entre sí y las relaciones cotidianas van, poco a poco, forjando amistades y relaciones impregnadas de este sentimiento (Lee, 1973).

Pero quizás la clasificación de los tipos de amor más conocida, porque en gran medida recoge y amplía a otras tipologías y clasificaciones, es la *Teoría triangular* de Sternberg (1986, 1987), según la cual hay tres dimensiones o componentes básicos en el amor. Esto son la *intimidad*, la *pasión* y el *compromiso*. Estas tres dimensiones se relacionan de la forma que expone gráficamente la Figura 12.1 y se explican con más detalle a continuación.

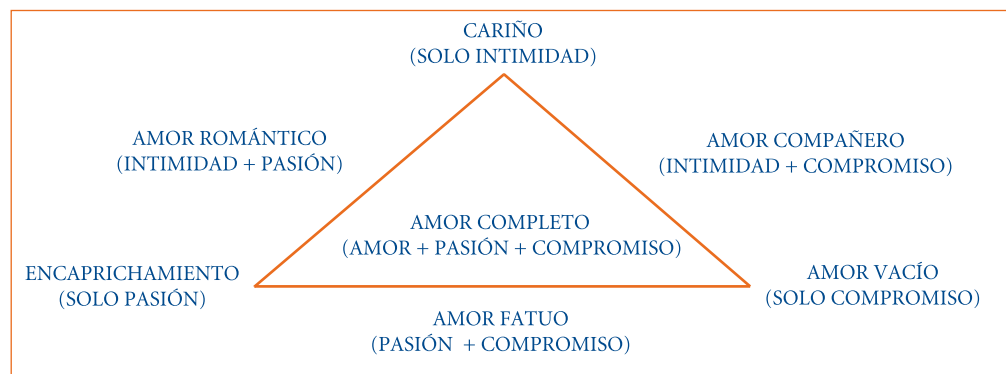
- # *Intimidad*: sentimiento de cercanía, unión y afecto hacia el otro, la preocupación por promover su bienestar, dar y recibir apoyo emocional y compartir las propias posesiones y la propia persona con el otro. En castellano, el término “cariño” coincide con este componente, como muestra la definición del *Diccionario de uso del español* de María Moliner (1983, Tomo I, 526): “sentimiento de una persona hacia otra por el cual desea su bien, se alegra o entristece por lo que es bueno o malo para ella y desea su compañía”. Más recientemente, Baumeister y Bratslavsky (1999), en un intento de integración de las múltiples definiciones de intimidad, proponen que ésta consta, a su vez, de tres dimensiones: (1) revelación mutua de información personal (no sólo de palabra, también uno se revela compartiendo actividades con la otra persona), que produce una comprensión empática mutua, según la cual cada uno siente que el otro le comprende; (2) actitud profundamente favorable hacia

el otro que se manifiesta en sentimientos positivos y de afecto, así como en la motivación para beneficiarle; (3) comunicación del afecto (verbalmente, mediante actos que expresan preocupación, con la atención, el contacto físico o sexualmente).

- # *Pasión*: estado de excitación mental y física. La atracción física y el deseo sexual son parte importante de este componente. Baumeister y Bratslavsky (1999) también definen la pasión amorosa como el conjunto de intensos sentimientos de atracción hacia la otra persona, que se caracterizan por la activación fisiológica y el deseo de estar unido a ella en múltiples sentidos (si la persona es elegible como pareja sexual, la pasión incluye la atracción y el deseo sexual; pero también se puede experimentar pasión hacia un hijo o hacia personas del propio sexo sin que haya deseo sexual).
- # *Compromiso*: a corto plazo, decisión de que uno quiere a alguien y, a largo plazo, compromiso de mantener ese amor. Estos dos aspectos no van necesariamente juntos. El compromiso es un componente del amor que suele darse conjuntamente con los otros componentes, pero que también puede aparecer solo. A veces es la relación que existe entre dos personas cuando, tras un largo periodo de tiempo, la pasión y la intimidad han desaparecido y sólo queda la voluntad de permanecer en la relación. Otras veces, este tipo de amor ocurre al inicio de la relación, como cuando los matrimonios son arreglados por las familias.

Como muestra la Figura 12.1, se han representado gráficamente estos componentes del amor, en su forma pura, como vértices de un triángulo equilátero. En la práctica, sin embargo, tienden a combinarse entre sí y dan lugar a otros componentes, o tipos de amor (Aron y Westbay, 1996):

Figura 12.1: *Los componentes básicos del amor y sus combinaciones.*



Fuente: Sternberg (1986).

El *amor romántico* sería la combinación de intimidad y pasión. Se da cuando los amantes se atraen tanto física como emocionalmente, pero ese sentimiento de unión y compenetración no va acompañado de compromiso (un ejemplo clásico: Romeo y Julieta).

El *amor compañero* sería el resultado de combinar los componentes de intimidad y compromiso. En este tipo de amor predomina la preocupación por la felicidad y el bienestar de la otra persona, se da un proceso mutuo de apoyo social, comunicación y comprensión. Las personas se sienten profundamente unidas entre sí, se valoran mutuamente y comparten lo que tienen, posesiones, conocimientos e intimidad (véase Sternberg, 1986; 1988).

El *amor fatuo* consiste en la combinación de pasión y compromiso (por ejemplo, cuando dos personas se casan a las pocas semanas de haberse enamorado, sin que haya habido tiempo

para que la intimidad surja). Podría ser el caso de las bodas exprés en Las Vegas que tanto ha popularizado el cine.

Por último, existiría el tipo de amor que combina los tres componentes: el *amor completo o perfecto*. Según Sternberg es el tipo de amor hacia el que la mayoría de la gente aspira, al menos en sus relaciones románticas. Suele ser difícil de conseguir, y sobre todo de mantener. No obstante, no buscamos este tipo de amor en todas nuestras relaciones, ni siquiera en la mayoría, sino que lo reservamos para aquella o aquellas relaciones que significan lo máximo para nosotros y que pretendemos que sean lo más completas posibles.

Cada uno de los tres componentes básicos del amor tiene una evolución temporal diferente según Sternberg (1986). La intimidad se desarrolla gradualmente conforme avanza la relación y puede continuar siempre creciendo, aunque este crecimiento es más rápido en las primeras etapas. La pasión es muy intensa al principio y crece de forma vertiginosa, pero suele decaer de la misma forma conforme la relación avanza, estabilizándose en niveles moderados. El compromiso, por último, crece también despacio al principio, más lento incluso que la intimidad, y se estabiliza cuando las recompensas y costes de la relación aparecen con nitidez.

Entre las otras muchas clasificaciones del amor que se han propuesto vale la pena recoger tres, que se presenta de forma resumida en el Cuadro 12.8.

Cuadro 12.8: Otros tres tipos de amor.

- # Amor como juego (*ludus*): ausencia de fuertes vínculos emocionales. No son las cualidades de la persona amada las que determinan de forma fundamental la atracción. Buena prueba de ello es que en este tipo de amor es característico que se cambie con frecuencia de una persona a otra de características completamente opuestas y que se evite, además, el contacto continuado. A ello se une la presencia de ciertas dosis de engaño, aunque asumido a veces por ambas partes, y el hecho de que los celos y el afán de posesión no sean algo esencial. Ejemplos de esta categoría amorosa son don Juan Tenorio o el Conde de Valmont, protagonista de la novela y, posteriormente, de la película dirigida por Stephen Frears *Las amistades peligrosas*.
- # Amor *práctico*: ausencia de excitación y de drama, reemplazados por un análisis racional costes-beneficios de la relación seguido por la decisión de continuar dicha relación sólo si se considera que los segundos superan a los primeros.
- # Amor *maniático*: deseo de amar, pero unido siempre a una sensación dolorosa que se considera esencial en el amor. Los celos suelen ser un ingrediente fundamental en este tipo de amor, al igual que los intensos síntomas físicos y los frecuentes cambios de ánimo.

El amor romántico

Quizás una de las formas de amor más extendidas en nuestra sociedad, que aparece prácticamente en todas las clasificaciones y taxonomías, es el *amor romántico, apasionado o enamoramiento*. En la exposición que sigue nos centraremos en el enamoramiento entre dos personas de distinto sexo. En el caso de personas del mismo sexo el proceso parece ser muy parecido (Peplau y Gordon, 1983), si bien algunos factores de tipo cultural y social, por ejemplo, las actitudes de rechazo hacia la homosexualidad existentes en la sociedad, influyen en su desarrollo y manifestaciones.

Aunque el enamoramiento no parece suficiente para garantizar una relación feliz y estable, en la cultura occidental está estrechamente vinculado con el matrimonio (o con vivir en pareja). Incluso, en otras culturas, en las que existe el matrimonio acordado, el enamoramiento

parece ser un ingrediente fundamental de la felicidad y satisfacción matrimonial. Así, Xiaohe y Whyte (1990) encontraron que las esposas chinas que se habían casado por amor estaban más satisfechas con su matrimonio que esposas semejantes en matrimonios acordados. Por su parte, Contreras, Hendrick y Hendrick (1996) encontraron en una muestra de participantes mejicanos y en otra de estadounidenses, que *eros* (un estilo de amor estrechamente vinculado con el amor romántico), estaba fuertemente asociado con la satisfacción matrimonial.

Pero no siempre, incluso en nuestra cultura, la gente ha visto el enamoramiento como un requisito para el matrimonio. Por ejemplo, a mediados de los años sesenta del siglo pasado, en Estados Unidos (Kephart, 1967) el 65% de los varones y el 24% de las mujeres entrevistados dijeron que sólo se casarían si estuvieran enamorados. Estos porcentajes ya eran del 86% y del 80% a mediados de la década de los 80 (Simpson, Campbell y Berscheid, 1986).

Una de las formas de acercarse a qué es exactamente el amor romántico consiste en preguntarles a las personas acerca de qué sienten, hacen o piensan cuando están enamoradas. Las respuestas más consensuadas son:

- Un estado cargado de emociones y excitación fisiológica: atracción, deseo sexual, celos, sentimientos negativos cuando el otro está ausente o no corresponde, excitación general.
- Un conjunto de pensamientos muy característicos, consistentes, sobre todo, en pensar con mucha frecuencia en la persona amada, preocuparse por ella, idealizarla y desear conocerla con profundidad.
- Conductas: expresión verbal de afecto, autorevelación, dar apoyo emocional y moral, mostrar interés por el otro, sus actividades y opiniones, expresar de forma no verbal sentimientos positivos, manifestaciones materiales (regalos, ayudar al otro en sus tareas), expresión física de afecto.

Menos solidez y claridad presentan los esfuerzos teóricos dirigidos a precisar en qué consiste exactamente el enamoramiento, así como a responder a las preguntas de por qué nos enamoramos de una determinada persona y no de otras. Estas explicaciones teóricas pueden agruparse en dos grandes categorías. Unas intentan explicar el origen o las funciones que desempeña el amor pasional. Otras se centran más en por qué surge en un determinado momento ante una persona determinada.

Entre las primeras se situaría la postura evolucionista, para la cual las manifestaciones del amor son algo que está fundamentalmente al servicio de la búsqueda de pareja, su retención, procreación y cuidado de la prole (Buss, 1988). Kenrick y Trost (1989) indican que la intensidad emocional del amor romántico es alta porque de esa manera se aseguraría la atracción entre hombres y mujeres, algo vital para la reproducción sexual y la supervivencia de la especie.

También cabría situar aquí la aportación de Goldenberg, Pyszczynski, Greenberg y Solomon (2000), autores que utilizan como marco de referencia la *Teoría del manejo del terror*, según la cual el amor apasionado o enamoramiento puede ser el resultado de una estrategia cultural para elevar la sexualidad a un plano humano. Según esta teoría, el cuerpo humano (y todo lo estrechamente vinculado a él, como la sexualidad) nos recordaría nuestra condición mortal, lo cual nos generaría ansiedad. Por eso habría sido necesario, siempre según esta teoría, insertar la intensidad emocional y sexual en un sentimiento humano más idealizado y aceptable, como el enamoramiento. Esto se consiguió a través de la evolución cultural humana.

Entre las segundas explicaciones puede mencionarse como una de las teorías más representativas al modelo bifactorial del amor de Berscheid y Walster (1974), según la cual la gente experimentará amor romántico cuando se dan dos condiciones fundamentales.

En primer lugar, la existencia de un estado intenso de excitación emocional que la persona percibe relacionado con la otra persona. Esa activación puede tener un componente sexual importante, aunque no exclusivo. White, Fishbein y Rutstein (1981) hicieron que participantes varones tuvieran que relacionarse con una cómplice mujer (que en la mitad de los casos era bastante atractiva y en la otra mitad no). Los hombres también fueron excitados de tres maneras: (1) corriendo, (2) viendo un programa cómico de televisión, (3) viendo una película violenta (como se ve, en ningún caso se trataba de excitación sexual). Tras interactuar brevemente con la chica, se les pidió que la evaluaran: los hombres excitados por cualquiera de los tres métodos (en comparación con un cuarto grupo que no había sido excitado) encontraron más atractiva a la chica guapa y menos a la poco atractiva.

En segundo lugar, la presencia de señales contextuales que indiquen que el amor romántico constituye una interpretación adecuada de la excitación emocional experimentada. Estas señales conciernen tanto a la persona asociada con la emoción como a la propia emoción. Así, consecuencia de la cultura en la que vivimos y de nuestra historia personal, aprendemos que hay personas que pueden ser objetos de nuestro amor (generalmente alguien del otro sexo, de nuestra edad, de nuestras características) y otras que no pueden serlo (por ejemplo, personas con quienes tenemos vínculos familiares estrechos, de edades muy diferentes a la nuestra, de edad muy joven). Asimismo, tenemos que haber aprendido que *amor* es una etiqueta apropiada para designar lo que sentimos.

12.5 Resumen

La especie humana somos especialmente sociable. Se entiende por sociabilidad la capacidad para establecer uniones duraderas entre al menos dos individuos adultos. Y, según los estudiosos de la evolución, esta sociabilidad no parece ser ajena al desarrollo intelectual alcanzado por nuestra especie. En este capítulo hemos comenzado señalando, precisamente, la importancia psicológica de un determinado tipo de relaciones, las que hemos denominado *estrechas* o *íntimas* (y que coinciden básicamente con la definición de sociabilidad que se acabamos de introducir).

La mayoría de nosotros conoce, sin embargo, a muchas personas a lo largo de su vida. ¿Qué es lo que nos lleva a buscar y establecer relaciones estrechas con unas personas determinadas y no con otras? La Psicología social ha encontrado que la atracción, esto es, la evaluación positiva de otra persona, es un determinante importante de que establezcamos o no una relación cercana con ella. Y la atracción depende básicamente de la intensidad de contacto que tengamos (familiaridad), de lo parecido que percibamos al otro a nosotros en características de personalidad y sobre todo en su forma de pensar (o de si pertenece o no a nuestros mismos grupos —que es una forma muy importante de semejanza), de si la evaluación positiva que realizamos es mutua (reciprocidad) y de su aspecto físico. Pero sería aconsejable no caer en cierto sesgo provocado por la pertenencia a la cultura europea-occidental —que lleva a pensar que las relaciones cercanas se basan en la elección libre y deliberada de las personas implicadas y que esta elección es consecuencia simple de la atracción— e ignorar la importancia del contexto social y cultural en el inicio de las relaciones de amistad o amorosas. Baste señalar como ejemplo el hecho de que el “matrimonio arreglado” (otras personas deciden quién se casa con quién) está presente en más sociedades que el matrimonio libre.

Un particular tipo de fenómeno, el *amor*, tiene mucho que ver tanto con las relaciones cercanas como con la atracción. De hecho, en nuestra cultura, los tres fenómenos suelen estar bastante confundidos. A pesar de cierta resistencia para abordar el estudio científico del amor (muchos psicólogos parecían estar de acuerdo con una tradicional copla: “las cosas del querer no tienen fin ni principio, ni tienen cómo ni porqué”), en la actualidad conocemos bastante acerca de las diferentes formas o tipos de amor existentes, especialmente del denominado *amor romántico*. Y lejos de arruinar el encanto que el amor tiene en nuestras vidas, como temían algunos, su estudio promete hermosas sorpresas sobre algo tan esencialmente humano como la inteligencia, a la que tradicionalmente se le ha otorgado el mérito de ser la cualidad específicamente humana.

Términos de glosario

Afiliación

Amor romántico

Apoyo social

Atracción

Comparación social

Lecturas y recursos recomendados

Carreño, M. y Serrano, G. (1995). Análisis de instrumentos para la medida del amor. *Revista de Psicología Social*, 10 (2), 131-148.

Se presenta un análisis psicométrico de los instrumentos utilizados con mayor frecuencia para la medida del amor y que cuentan con un mayor apoyo conceptual y empírico. Se analizan las siguientes escalas: Actitudes generales hacia el amor (Knox y Sporakowski), Amor (Rubin), Estilos de amor (Hendrick y Hendrick), Escala de amor (Critelly), Escala triangular (Sternberg) y Escala de amor apasionado (Hatfield).

Martínez García, M. y García Ramírez, M. (1995). La perspectiva psicosocial en la conceptualización del apoyo social. *Revista de Psicología Social*, 10 (1), 61-74.

Artículo en el que se analizan algunos de los problemas conceptuales, teóricos y metodológicos del concepto Apoyo social. Se aborda la naturaleza del apoyo social desde una perspectiva integradora que tiene en cuenta una triple dimensión: estructural, contextual y procesal.

Sangrador, J. L. (1993). Consideraciones psico-sociales sobre el amor romántico. *Psicothema*, 5, 181-196.

Se ofrecen unas consideraciones sobre el Amor desde la Psicología social, reflexionando sobre algunas de las hipótesis y teorías psicosociales sobre el amor, e indagando sobre sus respectivas focalizaciones en variables del sujeto, del objeto amoroso, o de la situación, tanto en lo relativo al enamoramiento y elección de pareja como a los conflictos y rupturas de la relación.

Sternberg, R. (1989). *El triángulo del amor*. Barcelona: Paidós.

Libro en el que se presenta la Teoría de Sternberg sobre el amor, y sus tres dimensiones básicas: intimidad, pasión y compromiso.

Yela García, C. (2000). *El amor desde la psicología social. Ni tan libres ni tan racionales*. Madrid: Pirámide.

Libro que resume gran parte de la literatura científica sobre el amor. Presta atención tanto a los aspectos biológico-evolutivos como culturales y sociales. Trata también de forma detallada el amor en el contexto de las relaciones interpersonales.

Relaciones interpersonales íntimas

Miguel Moya y Francisca Expósito

Objetivos

En el capítulo anterior hemos analizado los primeros encuentros entre las personas. Hemos tratado, sobre todo, de los factores que influyen en que estos primeros encuentros tengan lugar y las relaciones se inicien. También hemos estudiado un tipo especial de relación, las relaciones amorosas pero, de nuevo, nos hemos centrado especialmente en las circunstancias y variables que influyen en su inicio.

En este capítulo nos centraremos en el desarrollo y evolución posterior de las relaciones interpersonales voluntarias, ya sean de amistad o amorosas, más allá de sus momentos iniciales y de los factores que propiciaron su inicio. En concreto, en este capítulo se pretenden alcanzar los siguientes objetivos:

- # Primero, profundizar en el conocimiento de las relaciones interpersonales íntimas o estrechas, como suelen ser consideradas las relaciones de pareja, bien sea las que mantienen las personas que están comprometidas, casadas o conviviendo en pareja.
- # Segundo, apuntar cuáles son las principales características que definen este tipo de relaciones, a diferencia de aquellas que, si bien pueden tener un alto nivel de contacto e implicación, no se consideran íntimas.
- # Por último, y dada la importancia que las relaciones interpersonales íntimas tienen en nuestra vida, se ha prestado especial atención a algunas de las condiciones que hacen que dichas relaciones se desarrollen y mantengan en el tiempo —y proporcionan de esa forma bienestar y felicidad a las personas implicadas—, así como aquellas otras circunstancias o factores que las ponen en peligro, y que acarrearán, para las personas que han fracasado, una serie de estados emocionales negativos.

13.1 El desarrollo de las relaciones interpersonales

La investigación psicosocial ha puesto de manifiesto cómo para que surja y se desarrolle una relación interpersonal son muy importantes una serie de factores cognitivos fuertemente influidos por el contexto social.

Cogniciones y expectativas concernientes a las relaciones

Un elemento crucial que influye en la supervivencia de una relación más allá de los primeros contactos son las expectativas y creencias existentes tanto sobre la otra persona implicada en la relación como sobre las futuras interacciones. Si, por ejemplo, pensamos que una persona a la que acabamos de conocer es atractiva, simpática, con intereses y gustos semejantes a los nuestros e imaginamos que le hemos caído bastante bien, es probable que intentemos relacionarnos con ella más veces. En cambio, si la persona no nos ha caído demasiado bien, creemos que es muy diferente de nosotros e intuimos que se ha formado una impresión negativa de nosotros, lo más probable es que desistamos de relacionarnos en un futuro con ella. En muchas ocasiones, las personas no somos conscientes de estas creencias o expectativas, lo que hace su influencia incluso más poderosa.

El problema de estas expectativas es que pueden dar lugar al fenómeno conocido como *profecía que se cumple a sí misma*: si nos hemos formado una imagen positiva de la otra persona puede ser que mostremos interés por ella y que la tratemos con amabilidad, favoreciendo —por el simple hecho de la reciprocidad— que ella se comporte de esa misma manera con nosotros. En cambio, si la imagen que nos hemos formado de ella es negativa y anticipamos que su actitud hacia nosotros será de ignorancia o desprecio, por ejemplo, lo más probable es que ignoremos a esa persona o que incluso nos comportemos negativamente con ella, favoreciendo —también por reciprocidad— que ella se comporte de manera negativa con nosotros. Así lo pone de manifiesto un conocido estudio. Véase el Cuadro 13.1.

Cuadro 13.1: *Profecía que se cumple a sí misma en la interacción.*

Con el pretexto de estudiar las primeras interacciones entre personas, los investigadores pidieron a unos chicos que mantuvieran una conversación telefónica con una chica. A todos se les dio una foto de la chica con la que iban a hablar. La mitad de los chicos recibió una foto de una chica bastante atractiva y la otra mitad una foto de una chica considerablemente menos agraciada. A continuación, los chicos hablaban por teléfono con chicas que, en realidad, eran ajenas a toda la manipulación relacionada con la foto, y cuyo atractivo físico era variado. Su asignación a cada uno de los chicos se había hecho de forma aleatoria.

Tras finalizar la conversación, quienes creían que habían hablado con una chica guapa, la evaluaban de manera más positiva y consideraban que sería una compañera más simpática que quienes habían hablado con una chica supuestamente menos atractiva.

Pero lo más llamativo es que las chicas se comportaban efectivamente tal y como los chicos creían: las supuestamente atractivas de forma simpática y las supuestamente no atractivas de forma más antipática (éste es el resultado obtenido de los análisis que unos jueces externos realizaron de las conversaciones telefónicas).

Los resultados de este estudio sugieren que es perfectamente posible que los chicos acabaran pensando que sus impresiones reflejaban la realidad, sin caer en la cuenta de que tal vez era su propio comportamiento, alimentado por la visión de la fotografía que le habían presentado, lo que hacía que las chicas se comportaran de forma más o menos simpática.

Fuente: Snyder, Tanke y Berscheid (1977).

Como también se indica en otros capítulos de este libro (Cognición social y Estereotipos), una vez que las personas tenemos formadas unas creencias y expectativas, es bastante probable que distorsionemos o ignoremos información que la contradice. Este proceso, unido a la profecía que se cumple a sí misma, hace que las expectativas sean bastante resistentes al cambio.

Una idea parecida se recoge en el concepto de *fatalismo relacional*. Véase el Cuadro 13.2.

Cuadro 13.2: *Fatalismo relacional o la creencia en la predestinación de las relaciones interpersonales al éxito o al fracaso.*

Goodwin (1999, p. 69) recoge una creencia tradicional bastante extendida en China y relativa al *yuan*. Esta creencia se refleja en esta frase: “si dos personas tienen *yuan* entre sí, aunque estén a miles de kilómetros, se encontrarán. En cambio, si no tienen *yuan*, aunque estén una frente a la otra, nunca se encontrarán”.

Esta frase es un buen ejemplo del *fatalismo relacional*: las relaciones interpersonales están predestinadas al éxito o al fracaso, y las personas implicadas tienen poco control sobre ellas.

El fatalismo relacional no es exclusivo de China y del mundo oriental. Creencias similares se pueden encontrar también en el mundo occidental, donde se habla del amor romántico como una fuerza misteriosa y volátil, se hace hincapié en el amor a primera vista y son frecuentes afirmaciones como la siguiente: “estamos predestinados el uno para el otro”.

RECUADRO: El efecto Miguel Ángel.

Drigotas y cols. (1999) han denominado *efecto Miguel Ángel* a un proceso de interdependencia mediante el que los dos miembros de una pareja se “esculpen” uno al otro en la dirección de sus respectivos Yo ideales.

Por ejemplo, imaginemos que una persona es afectuosa y cálida y así se manifiesta a su pareja; sin embargo, cuando se comporta así, la otra persona reacciona de forma fría e intentando distanciarse. Cuanto más se repita ese proceso, más probable es que la primera persona deje de comportarse de forma afectuosa, con lo que ya no manifiesta este aspecto de su Yo e, incluso, con el tiempo, tal vez llegue a cambiar la percepción que tiene de sí misma.

El efecto Miguel Ángel consta de tres fases:

1. Afirmación perceptiva de uno de los miembros de la pareja (por ejemplo, A cree que B es generoso —y la generosidad forma parte del Yo ideal de B, de lo que a él o a ella le gustaría ser).
2. Afirmación conductual (por ejemplo, A se comporta de manera que favorece la generosidad de B).
3. Movimiento hacia el Yo ideal del otro miembro de la pareja (B se hace cada vez más generoso).

Cuando el proceso camina en esta dirección, la relación mejora. En cambio, cuando funciona en sentido inverso (A cree que B no es generoso, pero si en realidad la generosidad es un aspecto del Yo ideal del B, la creencia de A no favorece comportamientos generosos en B y este acaba siendo menos generoso de lo que era), la relación empeora.

Cuanto más estrecha o íntima es una relación, más intensidad adquirirá este fenómeno dado que la frecuencia de interacción probablemente sea mayor y además las motivaciones para adaptar el Yo a las percepciones y demandas de la otra persona también serán más elevadas.

En una serie de estudios con poblaciones diferentes y utilizando medidas distintas, Drigotas y cols. (1999) han confirmado la relación positiva entre la afirmación perceptiva y conductual y la satisfacción y estabilidad de las relaciones de pareja.

La aproximación de Knee, Patrick y Lonsbary (2003) comparte la importancia atribuida a las cogniciones. Estos autores defienden la existencia de dos teorías implícitas (conjuntos de creencias de las que el individuo generalmente no es consciente) sobre las relaciones:

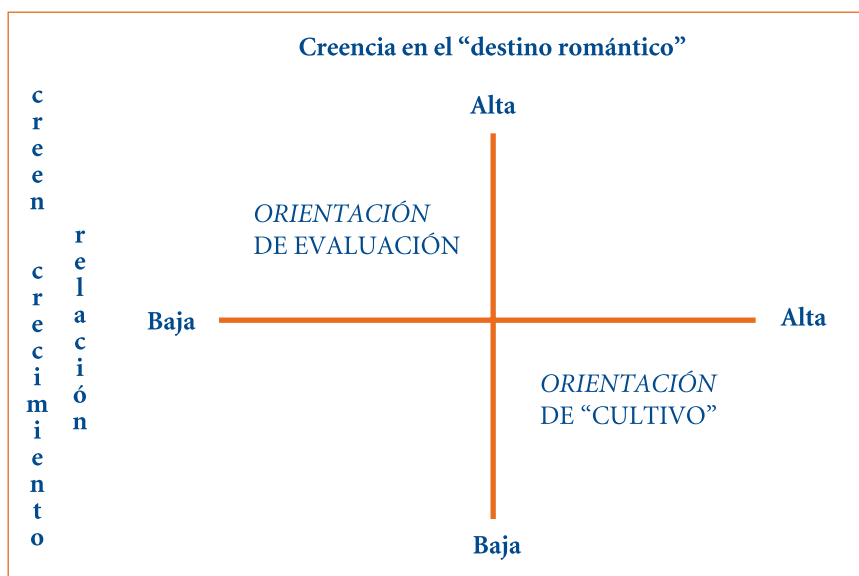
- *Creencia en el destino romántico*, por ejemplo, la creencia de que “las parejas potenciales son compatibles o incompatibles”, o de que “las relaciones que no empiezan bien, acaban mal inevitablemente”.
- *Creencia en el crecimiento de la relación*, por ejemplo, la creencia de que “la relación ideal se desarrolla gradualmente a lo largo del tiempo”, o de que “una relación con éxito evoluciona mediante el trabajo duro y la resolución de incompatibilidades”.

Estas creencias, y las teorías implícitas que originan son independientes entre sí. Es decir, se puede mantener una de ellas y no la otra, se pueden mantener las dos o se pueden rechazar las dos. Ahora bien, en ocasiones se combinan de una forma especial y entonces dan lugar a dos claras orientaciones:

- *Orientación de cultivo*, combinación en la que la creencia intensa en el crecimiento de la relación se conjuga con una creencia débil en el destino romántico.
- *Orientación de evaluación*, combinación en la que la creencia intensa en el destino romántico se une a una creencia débil en el crecimiento de la relación.

Estas combinaciones se presentan gráficamente en la Figura 13.1.

Figura 13.1: Las dos teorías implícitas sobre las relaciones y las dos orientaciones resultantes.



Fuente: Interpretación de las dos orientaciones propuestas por Knee, Patrick y Lonsbary (2003).

La investigación de Knee y colaboradores (véase Knee, 1998) ha mostrado que estas creencias determinan, al menos en parte, las metas, motivaciones y conductas que las personas tienen respecto a sus relaciones:

- Entre quienes creían en el *destino romántico*, había una relación más intensa entre la satisfacción inicial con la relación y su duración: si estaban satisfechos, la relación duraba, pero si no lo estaban al principio, la relación se rompía.
- Entre quienes creían en el *crecimiento de la relación*, las relaciones de noviazgo eran más duraderas y se apreciaba una mayor utilización de estrategias de afrontamiento cuando había algún problema en la relación.

Yela (2000) señala la existencia de mitos, o creencias ampliamente extendidas en nuestra cultura occidental, sobre las relaciones amorosas. Postula que estos mitos influyen poderosamente en el comportamiento amoroso de las personas, a pesar de que en su opinión algunos son absurdos, otros falsos, otros imposibles y todos problemáticos. El Cuadro 13.3 presenta algunos de estos mitos.

Cuadro 13.3: Algunos de los mitos más extendidos sobre las relaciones amorosas.

Exclusividad	El amor romántico sólo puede sentirse por una única persona al mismo tiempo.
Omnipotencia	El amor “lo puede todo”.
Perdurabilidad	El enamoramiento puede durar siempre.
Medía naranja	Siempre se elige la pareja predestinada.
Celos	Los celos son un indicador de verdadero amor.
Matrimonio o convivencia	El amor romántico-pasional debe conducir a la convivencia (o matrimonio).
Fidelidad	Todos los deseos pasionales, románticos o eróticos, deben satisfacerse exclusivamente con una única persona.

Fuente: Yela (2000, pp. 71-72).

La Teoría del apego: modelos de funcionamiento interno

La *Teoría del apego*, propuesta por Bowlby (1969/1982), parte del supuesto de que los seres humanos poseemos un sistema conductual-motivacional que emerge en la infancia con el fin de protegernos a través del desarrollo evolutivo. Este sistema, compartido con otros primates, se desarrolla a partir de las relaciones con las personas que cuidan del niño desde su nacimiento.

Según esta teoría, las experiencias tempranas de apego desempeñan un papel crucial. Ellas se encargan de suministrar la base emocional segura a la persona y, de esta forma, moldean los sentimientos de valía y confianza interpersonal (Bowlby, 1973, 1980). Por eso:

- Las experiencias infantiles en las que se reciben respuestas y apoyo cuando se necesita, y un cuidado suministrado de manera consistente, proporcionan a los niños y niñas sentimientos de autovalía y comodidad al depender de los demás.
- En cambio, las experiencias infantiles de cuidado abusivas, inconsistentes (unas veces el adulto atiende al niño, pero otras lo ignora) o de dejadez, por el contrario, generan estilos de apego negativos o disfuncionales.

Los pensamientos y sentimientos suscitados en nosotros según el estilo de apego con el que nos hayan criado cristalizan en *modelos de funcionamiento interno*, integrados básicamente por dos esquemas complementarios:

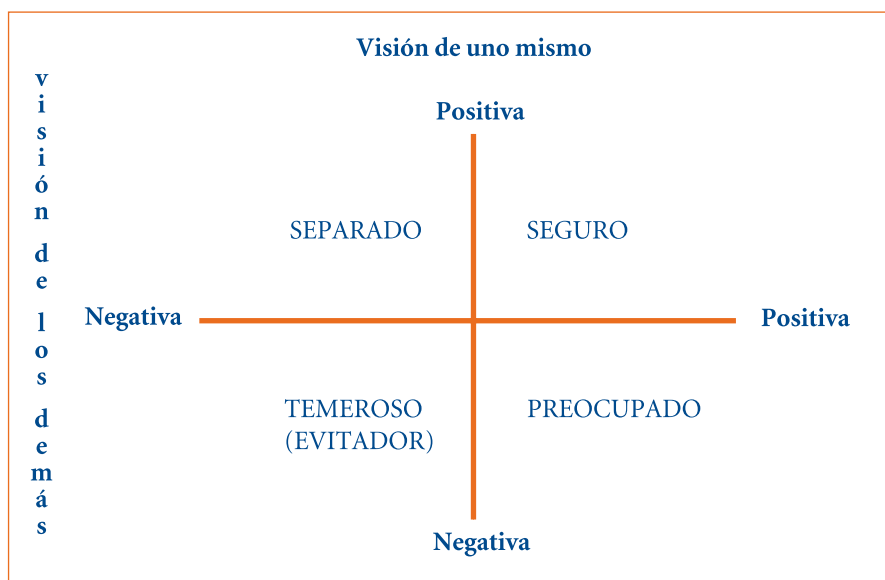
- Primer esquema: se refiere a uno mismo; son las creencias concernientes a si uno merece o no amor y cuidado.

- Segundo esquema: se refiere a la figura de apego; son las expectativas del infante sobre si la persona que lo cuida estará accesible y será sensible a sus necesidades.

Estos modelos de funcionamiento interno suelen ser bastante estables a lo largo de la vida (Bowlby, 1988) y aparecen en relaciones e interacciones bastante diferentes (Schmitt y cols., 2004): padres-hijos, amistad, relaciones entre iguales, profesor-estudiante, teapeuta-paciente y, especialmente, para el caso que nos ocupa, en las relaciones románticas adultas.

Existen cuatro categorías básicas o estilos de apego romántico. Son el resultado de combinar una visión positiva o negativa de uno mismo y de los demás. Véase la Figura 13.2.

Figura 13.2: Las cuatro categorías básicas (o estilos) de apego romántico.



Fuente: Bartholomew y Horowitz (1991).

El *estilo de apego seguro* se da en las personas que tienen un modelo positivo tanto de sí mismas como de los demás, creen que merecen el amor de los demás y piensan que también los otros aceptarán y responderán a sus expresiones de amor. Items representativos de este estilo serían:

- Es fácil para mí sentirme emocionalmente cercano a los demás.
- Me siento cómodo dependiendo de otras personas y teniendo a otras personas que dependen de mí.
- No me preocupa estar solo o que haya personas que no me acepten.

El *estilo separado* lo muestran las personas con un modelo positivo de sí mismas y negativo de los demás. Suelen ser personas con alta autoestima, pero que tienden a protegerse de tener relaciones amorosas insatisfactorias, por lo que evitan las relaciones en general y mantienen cierto sentido de independencia. Items representativos:

- Me siento cómodo sin tener relaciones emocionales estrechas.
- Es muy importante para mí sentirme independiente y autosuficiente y prefiero no depender de otras personas ni que ellas dependan de mí.

El *estilo preocupado* es propio de las personas con un modelo negativo de sí mismos, pero positivo de los demás. Intentan aceptarse a sí mismos consiguiendo el afecto de los otros, especialmente si se trata de personas a las que valoran. Items representativos:

- Quisiera tener una total intimidad emocional con otras personas, pero siento que los demás son reacios a mostrarse tan cercanos como yo querría.
- Me siento incómodo sin tener una relación íntima, pero a veces me preocupa que los demás no me valoren tanto como yo los valoro a ellos.

El *estilo temeroso* es característico de las personas con un modelo negativo tanto de sí mismos como de los demás. Tienden a evitar las relaciones, pues consideran que no merecen el cariño de los demás, los ven como inaccesibles y temen su rechazo:

- Me siento incómodo cuando tengo una relación estrecha con alguien.
- Me gustan emocionalmente las relaciones cercanas, pero encuentro difícil confiar en los demás completamente, o depender de ellos.
- Me preocupa que yo pueda resultar herido si me permito establecer relaciones demasiado estrechas con otras personas.

El mejor modelo de apego es el seguro. La mayoría de las personas estudiadas (en torno al 70%) caen dentro de este tipo (Baldwin y Fehr, 1995). Según Van Ijzendoorn y Sagi (1999) esta forma segura de apego sería la norma en nuestra especie y, por tanto, sería el estilo de relación romántica más frecuente en cualquier cultura humana. Schmitt y cols. (2004) realizaron un estudio en el que participaron casi 18.000 personas procedentes de 62 regiones culturales diferentes y encontraron que el estilo seguro era el predominante en el 79% de las culturas estudiadas, siendo el estilo preocupado prevalente en culturas del Este Asiático (Hong Kong, Taiwán, Corea del Sur y Japón).

Atribuciones en las relaciones

Las *atribuciones*, esto es, las explicaciones que damos acerca de por qué ocurren los hechos, tanto los que nos ocurren a nosotros como los que les ocurren a los demás, están bastante relacionadas con las relaciones interpersonales, sobre todo con las conductas de las personas implicadas y con la satisfacción que la relación produce.

En lo que concierne a las conductas, Bradbury y Fincham (1992), en su estudio sobre parejas con problemas encontraron lo siguiente:

- Cuanto mayor era la intencionalidad atribuida a la pareja en el problema, más conductas negativas presentaban.
- Las atribuciones de responsabilidad iban asociadas:
 - A una menor efectividad en la conducta de solución de problemas, en el caso de las mujeres (“...si uno cree que el otro tiene la culpa del problema hará poco para solucionarlo..”).
 - A un incremento en la cantidad de conductas negativas, en el caso de los varones (“...si uno cree que el otro tiene la culpa del problema, se enfada aún más con ella, grita, insulta...”).

Rusbult, Yovetich y Verette (1996) denominan *acomodación* al proceso consistente en atribuir las conductas negativas de la pareja a factores efímeros o externos, quitándole importancia a la conducta negativa y reaccionando de manera constructiva, lo cual favorece la relación.

Respecto a la satisfacción con la relación, una síntesis razonable de lo encontrado en numerosas investigaciones (Expósito y Moya, 2005) diría que existe una clara relación entre el tipo de atribuciones que los miembros de la pareja realizan y el grado de satisfacción matrimonial.

En el caso de matrimonios con problemas, cuando se trata de hechos negativos (por ejemplo, “mi marido se queja de la comida”), predominan

- Las *atribuciones internas* (esto es, localizadas en la persona: “es un desconsiderado” —sobre las atribuciones externas: “está estresado por el trabajo”),
- Las *atribuciones globales*, es decir, aplicables a muchas esferas de la relación (“nunca piensa en mí”).
- Las *atribuciones estables* (“nunca cambiará”).

Dicho de otra manera, los miembros de la pareja no ven que los problemas de la relación tengan solución. En cambio, cuando se trata de conductas positivas, los miembros de parejas con problemas tienden a realizar atribuciones que minimizan el impacto de la conducta positiva de la otra persona: externas, inestables, y relacionadas sólo con aspectos específicos —no globales— de las relaciones (por ejemplo, “me trae flores sólo porque quiere mantener relaciones sexuales”).

Memoria de las relaciones

Otro proceso cognitivo importante relacionado con el desarrollo y mantenimiento de las relaciones tiene que ver con el recuerdo y la memoria. Lo que recordamos de nuestras relaciones pasadas, incluso de las actuales, no es un reflejo fidedigno de lo que ocurrió, sino que consiste más bien en un proceso activo, una reconstrucción en la que influyen nuestras teorías implícitas sobre la estabilidad de los hechos, así como el conocimiento presente.

Según Ross y McFarland (1988), por lo que respecta a la relación entre pasado y presente, las personas tenemos dos tipos de teorías básicas:

- *Teoría de que apenas hay cambios*, por ejemplo, la gente cree que características como la inteligencia o la timidez suelen mantenerse estables a lo largo del tiempo.
- *Teoría que mantiene que las cosas cambian*, por ejemplo, que cuando una persona se esfuerza y trabaja duro por conseguir algo, suele conseguir lo que se propone.

Las personas diferimos en el grado en que creemos en cada una de estas dos teorías, y esto influye en nuestros recuerdos del pasado. Por eso:

- Las personas que creen más en la consistencia suelen exagerar el parecido entre su situación pasada y presente.
- Las personas que creen en el cambio, exageran las diferencias que hay entre, por ejemplo, el inicio de su relación y el momento actual (Ross, 1989).

De forma más concreta, en su análisis de la influencia del conocimiento presente sobre el recuerdo, McFarland y Ross (1987) compararon la evaluación inicial que los miembros de la pareja hacían de la relación con el recuerdo que se tenía de ella dos meses después. Encontraron que entre las personas cuyas impresiones se habían ido haciendo más favorables, el recuerdo era (erróneamente) que en sus inicios también la impresión era muy favorable, mientras que para quienes la impresión a los dos meses era más negativa decían recordar (también erróneamente) que en sus inicios era negativa.

En general, los procesos de memoria —y otros procesos cognitivos— pueden verse como mecanismos de los que disponen las personas para dar sentido a su vida y, en el caso que nos ocupa, a sus relaciones. La expresión *dar sentido* no hace referencia sólo a que tenga lógica y coherencia lo que nos ocurre (por ejemplo, un divorcio), sino también —y sobre todo— a que importantes funciones psicológicas (mantenimiento de nuestra autoestima, sentimiento de

control sobre lo que nos sucede, y otros similares) nos permitan un desenvolvimiento adecuado en nuestra vida.

Y para ello, junto a nuestros esquemas cognitivos personales sobre las relaciones, son importantes también las creencias culturalmente compartidas. Por ejemplo, Holmberg y Veroff (1996) pidieron a los miembros de matrimonios que redactaran la historia de su noviazgo y matrimonio uno y tres años después de que éste tuviera lugar. Encontraron que a los tres años la narración había cambiado, y que este cambio reflejaba tanto las creencias personales sobre este tipo de acontecimientos como sus creencias culturales sobre los roles de hombres y de mujeres.

En este sentido puede interpretarse un resultado ampliamente encontrado, y que tiene que ver con el optimismo en las creencias sobre las propias relaciones. Véase el Cuadro 13.4.

Cuadro 13.4: *Optimismo vs. exactitud en las creencias sobre las relaciones.*

Optimismo	Exactitud
Las personas creen que tanto la calidad de sus relaciones como el futuro de éstas es mejor que la calidad y el futuro de las relaciones de los demás (Buunk y Van Yperen, 1991; Van Lange y Rusbult, 1995). Las personas creen que sus relaciones son mejores de lo que la realidad sugiere (Murray y Holmes, 1997; Murray, Holmes y Griffin, 1996a, 1996b). El optimismo en las creencias sobre las relaciones facilita el compromiso y la satisfacción con la relación (Rusbult y cols., 1996). La construcción de imágenes idealizadas de nuestra pareja facilita los sentimientos de confianza y compromiso ante las adversidades y hace que desarrollemos estrategias más constructivas para la resolución de conflictos.	La exactitud en la percepción de la relación no está reñida con el optimismo. Exactitud y optimismo se pueden dar al mismo tiempo, si bien en aspectos diferentes. Una percepción exacta es necesaria a la hora de tomar decisiones importantes, por ejemplo, irse a vivir o a estudiar a otra ciudad. En caso contrario, se corre el riesgo de que la relación fracase. Ahora bien, una vez tomada la decisión, cuando lo que hay que hacer es decidir cómo concretar esas decisiones o conseguir esas metas, por ejemplo, la pareja puede decidir mandarse correos electrónicos todos los días, o estar juntos en vacaciones, es mejor ser optimista que exacto, ya que se trata de decisiones en las que uno tiene que “sentirse bien” y no estar todo el día angustiado con la decisión tomada (Gagné y Lydon, 2004).

Mediante los mismos mecanismos que acabamos de comentar las personas intentamos salir lo mejor parados posible cuando se trata de un fracaso o ruptura de la relación: reinterpretamos lo que nos pasaba para que lo que ha ocurrido tenga sentido y, si eso ayuda, redefinimos a nuestra antigua pareja en términos más negativos (Vaughan, 1990).

13.2 La naturaleza de las relaciones íntimas o cercanas

En el título del apartado hemos utilizado los adjetivos íntimo y cercano, considerándolos como sinónimos, aunque más adelante mostraremos que no significan exactamente lo mismo. Si el lector se da cuenta, hasta ahora hemos hablado con naturalidad de lo que hemos denominado *relaciones íntimas o cercanas*, suponiendo que el lector sabe a lo que nos estamos refiriendo, pero en ningún momento nos hemos detenido a precisar cuál es la esencia de estas relaciones. Desde luego, lo que desde un punto de vista psicosocial no se admite es que se tienda a suponer que el hecho formal de contraer matrimonio (civil o religioso), o dar el paso hacia la convivencia, es lo

que hace a una relación íntima. Pero tampoco es fácil definir qué es lo que hace a una relación intensa, de calidad, íntima. En este apartado intentaremos hacerlo.

Según Burgess y Huston (1979) cuando se comparan las relaciones íntimas con otras más superficiales, las primeras se caracterizan por interacciones durante largos periodos de tiempo y en escenarios diversos, la existencia de metas y planes comunes, emociones y sentimientos compartidos, sentimientos de confianza, atracción y compromiso con la otra persona y reconocimiento de la singularidad de la relación. Nosotros hemos agrupado en cuatro las características más importantes que se han señalado como propias de las relaciones íntimas: auto-revelación, intimidad, intensidad emocional e interdependencia. Los diferentes autores y teorías han puesto el énfasis en alguna de estas características, pero todas ellas podemos decir que, en mayor o menor grado, hacen a una relación íntima.

Autorrevelación

Según la *Teoría de la Penetración Social* de Altman y Taylor (1973), una relación se desarrolla conforme sus integrantes van intercambiado información sobre sí mismos, al principio de aspectos más superficiales y, poco a poco, de aspectos más personales y privados. Una relación estará tanto más desarrollada cuanto mayor sea el número de aspectos (*amplitud*) que abarca, y cuanto más profunda sea, la auto-revelación. También es importante tener en cuenta sobre los aspectos que trata la información revelada. Serán mucho más positivos los efectos para la relación cuando se revelan sentimientos y emociones que cuando se revelan hechos. Igualmente, serán más positivos cuando se revelan aspectos profundos y centrales a la propia identidad que aspectos superficiales y triviales.

Collins y Miller (1994), en su revisión de numerosos estudios realizados sobre esta cuestión, encontraron que:

- Las personas que revelan aspectos íntimos de sí mismos tienden a caer mejor a la gente que quienes se revelan menos.
- Las personas se auto-revelan más a las personas que inicialmente le resultan atractivas.
- Las personas le resultan más atractivas aquellas a quienes previamente han revelado aspectos de sí mismas.

Según Collins y Miller estos resultados podrían explicarse porque cuando uno revela aspectos de sí mismo a alguien es señal de que confía en esa persona, cree que responderá apropiadamente, valora sus opiniones y respuestas y muestra interés por conocer estas opiniones y respuestas y que la otra persona conozca las suyas. La auto-revelación suele, no obstante, ser algo relativamente esporádico y aislado en las relaciones de manera que, incluso en aquellas en las que hay bastante intimidad, la mayoría de las conversaciones cotidianas no tratan sobre aspectos personales y profundos.

En cualquier caso, no conviene olvidar que la auto-revelación puede servir a muchos más objetivos que al incremento del conocimiento: descargar la tensión, suscitar en la otra persona compasión, demandar consejo, extraer información, mejorar la relación e, incluso, puede servir para finalizar una relación. Esto es, la auto-revelación, aunque a veces es un proceso espontáneo, en otras muchas ocasiones consiste en un proceso deliberado con el que se persiguen ciertos objetivos (Omarzu, 2000).

Los niveles de auto-revelación dependen de las personas individuales concretas, ya que hay personas más reservadas que otras, y también de la propia relación. Junto a las características de personalidad individuales, han aparecido claras diferencias de género. Así, se ha comprobado

que los hombres revelan menos aspectos de sí mismos que las mujeres, especialmente cuando tratan con otros hombres (Dindia y Allen, 1992). Estos resultados pueden reflejar la mayor tendencia por parte de las mujeres a basar la intimidad de una relación en la comunicación verbal, mientras que los hombres pueden basar la cercanía en compartir actividades y experiencias (Berscheid y Reis, 1998). Además, las presiones sociales favorecen que las relaciones entre hombres sean competitivas y de desafío, lo cual no favorece precisamente que se revelen las propias debilidades ni mostrarse vulnerable.

En lo que concierne a cómo las características de la relación pueden influir en la auto-revelación, incluso más que las características personales, hay que señalar el papel de la *reciprocidad* (Miller y Kenny, 1986), Véase el Cuadro 13.5.

Cuadro 13.5: *El papel de la reciprocidad en el proceso de auto-revelación.*

Reciprocidad y auto-revelación
Cuando un miembro de la pareja revela aspectos de sí mismo, es probable que el otro miembro responda igual. Además, cuando uno de los dos miembros se aparta de la reciprocidad, bien por exceso, bien por defecto, se produce cierto malestar.
Complejidad de la reciprocidad
La reciprocidad encierra numerosos matices que la hacen compleja y mediatizan su impacto: • La falta de reciprocidad puede ser utilizada como una señal lanzada a quien se auto-revela indicándole que no se desea seguir profundizando en la relación. • Si la auto-revelación es percibida como manipuladora o inapropiada, es improbable que produzca reciprocidad. • Niveles habitualmente altos de auto-revelaciones, especialmente cuando lo que se revelan son problemas personales, suelen producir cierta incomodidad y evitación por parte de los demás. • Niveles indiscriminadamente elevados de auto-revelaciones a múltiples parejas, que de esta manera violan la creencia sobre la privacidad y peculiaridad de una relación, tampoco provocan reciprocidad. • En las relaciones duraderas de tipo comunal, los miembros de la relación suelen esperar que la reciprocidad se dé a lo largo del tiempo, no de manera inmediata; esto es, si un miembro de la pareja realiza conductas de auto-revelación, espera que el otro lo haga a lo largo de la relación, no necesariamente en ese mismo momento.

Fuente: Derlega, Metts, Petronio y Margulis (1993).

Intimidad

Aunque el término *intimidad* suele utilizarse como sinónimo de cercanía, afecto compartido, auto-revelación de sentimientos y pensamientos, comunicación no verbal y relaciones sexuales, una concepción más precisa la concibe como la percepción mutua de tres cuestiones: comprensión o entendimiento, respaldo y cuidado (Reis y Patrick, 1996). Según estos autores, la intimidad está muy relacionada con la auto-revelación, tanto verbal como no verbal, y, de hecho, la conciben como una consecuencia de este proceso. También consideran a la intimidad diferente de la *cercanía*, que simplemente implica niveles elevados de contacto e interdependencia conductual.

- *Comprensión*: es la primera característica, según Reis y Patrick, de la intimidad. Swann, De la Ronde y Hixon (1994) encontraron, por ejemplo, que en el caso de parejas casadas, la congruencia entre las auto-percepciones y la visión que tenía el otro miembro de la pareja estaba asociada con la intimidad; en cambio, cuando se trataba de parejas que iniciaban una relación, más que la congruencia de esas dos visiones, lo que estaba relacionado con la intimidad era la visión idealizada de la otra persona.
- *Respaldo o validación*: es la segunda característica. Consiste en que las personas en la relación muestran respeto por las cualidades y puntos de vista de la otra persona.
- *Cuidado*: el sentirse cuidado y protegido, como la Teoría del apego ha mostrado, es vital para el sentimiento de seguridad que caracteriza a cualquier relación de calidad.

Emoción

Según Lazarus (1994), la mayoría de las emociones implican a dos personas que experimentan una relación interpersonal transitoria o estable. Aunque las interacciones breves y poco profundas también pueden estar cargadas de emoción, en este apartado nos centraremos en cómo las emociones son una de las características fundamentales de las relaciones cercanas o íntimas.

Son tres, en concreto, las facetas que se han señalado al considerar las emociones en las relaciones:

- Las relaciones son una fuente frecuente de emociones positivas (felicidad, seguridad, autoestima, entre otras).
- Las relaciones —y su ausencia— también son una fuente frecuente de emociones negativas (tristeza, celos, envidia, odio, y similares).
- Las relaciones ayudan a regular las emociones suscitadas por otras fuentes —como enfermedades, desempleo, y otros sucesos vitales estresantes.

Muchos de estos aspectos emocionales han sido tratados tanto en este capítulo como en el anterior cuando hablamos, por ejemplo, de los beneficios de las relaciones o de la importancia del apoyo social. Por esa razón, seguidamente sólo comentaremos algunos aspectos emocionales de las relaciones que no han sido mencionados hasta ahora.

Según la Teoría del apego, comentada con anterioridad, los modelos de funcionamiento interno influyen considerablemente en cómo las personas piensan y, sobre todo sienten, en sus relaciones románticas (Feeney y Noller, 1990; Feeney, 1999). También han aparecido estos modelos asociados a determinados patrones de conflicto en las relaciones románticas adultas (Simpson, 1990), satisfacción y armonía en la relación (Brennan y Shaver, 1995; Collins y Read, 1990), así como a la duración de las relaciones románticas (Hazan y Zeifman, 1999; Kirkpatrick y Davis, 1994). Véase el Cuadro 13.6.

Cuadro 13.6: Emociones en las relaciones románticas en función del tipo de apego.

Estilo seguro

Las personas con este estilo tienden a experimentar menos conflictos, más satisfacción, mayor estabilidad y duración en sus relaciones románticas (Belsky, 1999; Kirkpatrick y Hazan, 1994). Sus visiones de sí mismos y de los demás son positivas, su sentimiento de la propia valía es mayor, son menos sensibles al rechazo, valoran a los demás y no se sienten incómodos dependiendo de ellos.

En el estudio de Tidwell, Reis y Shaver (1996), los participantes (estudiantes universitarios) escribían diarios detallados de sus interacciones sociales durante una semana. Los de estilo seguro mostraban mayores niveles de intimidad y gozo.

Estilo evitador (temeroso)

Las personas con este estilo muestran niveles más bajos de afecto positivo y más elevados de afecto negativo, especialmente en sus relaciones con personas del otro sexo; tienden a tener creencias pesimistas sobre el amor y creen que éste dura poco. En el estudio de Tidwell y cols. (1996), los participantes de estilo evitador mostraban menores niveles de intimidad y disfrute.

Estilo preocupado

Las personas con este estilo suelen tener más altibajos emocionales en sus relaciones que los individuos con otros estilos de apego; se enamoran y desenamoran con facilidad y son proclives a los celos. En el estudio de Tidwell y cols. (1996), los participantes de estilo preocupado eran los más inestables y con mayores altibajos.

Un aspecto de especial interés para los investigadores durante los últimos años ha sido el de la calidad de la comunicación emocional, tanto consciente como inconsciente, que podría incluirse dentro del tópico más amplio de inteligencia emocional.

La inteligencia emocional

Aquí se adopta, entre las muchas definiciones existentes, una reciente de Mayer, Salovey y Caruso (2002). Según estos autores, la inteligencia emocional es la capacidad para percibir emociones, para utilizarlas en la mejora del pensamiento, y para comprender y manejar emociones.

Las investigaciones han mostrado claramente que cuanto más capaces son los miembros de una pareja de percibir, identificar adecuadamente, regular y expresar las emociones, más felices son esas relaciones. Así, la habilidad para inferir correctamente los sentimientos y pensamientos de la otra persona y para responder de manera acorde, ha aparecido en la base de conductas que mejoran las relaciones: acomodación, apoyo social, intimidad, comunicación efectiva y resolución de problemas (Bissonnette, Rusbult y Kilpatrick, 1997; Ickes y Simpson, 1997). En la investigación de Lopes y colaboradores (2004) aparecía una relación positiva entre la capacidad para manejar las emociones (una dimensión de la inteligencia emocional) y la calidad de las interacciones sociales, tanto con amigos como con personas del otro sexo.

Pero es la serie de estudios de Schutte y colaboradores (2001) la que ha explorado este asunto de manera más sistemática. Véase el Cuadro 13.7.

Cuadro 13.7: El papel de la inteligencia emocional en las relaciones.

Estudios 1-5

A mayor inteligencia emocional de los participantes:

- Mayor empatía (capacidad para ponerse en el lugar de los demás).
- Mayor capacidad:
 - Para comprender las emociones y conductas de los demás.
 - Para entender los contextos o situaciones.
 - Para regular la propia conducta en función de las conocimientos anteriores (estos tres aspectos caen bajo la categoría genérica de *self-monitoring* o autoobservación).
- Mayores habilidades sociales.
- Mayor número de respuestas cooperativas hacia sus compañeros de tarea.
- Mayor intimidad en sus relaciones y mayor satisfacción con ellas.

Estudio 6

- # Quienes clasificaban a su cónyuge matrimonial como con alta inteligencia emocional evaluaban su matrimonio de manera más positiva.

Estudio 7

- Quienes describían a su pareja con alta inteligencia emocional anticipaban que la relación sería más satisfactoria.

Interdependencia

Una última característica clave de las relaciones interpersonales íntimas es la *interdependencia*. Toda relación implica, en mayor o menor grado, realizar actividades comunes y tener objetivos e intereses compartidos (desde pagar una hipoteca hasta educar a los hijos) que, en definitiva, lo que hacen es incrementar la dependencia mutua. Recuérdese que en muchas partes del mundo esta característica es la que define a los matrimonios y no la emoción intensa (inexistente al menos en los primeros momentos), la auto-revelación o la intimidad.

Según la *Teoría de la interdependencia* (Kelley y Thibaut, 1978; Kelley, 1979), la conducta de una persona en una relación dependerá no sólo de las opciones que se abran ante ella de manera individual, sino de la configuración de los resultados posibles tanto para esa persona como para la otra persona de la relación. La cuestión no es tanto lo que la persona puede obtener de la relación para ella misma como lo que pueden obtener las dos de la relación en la que están implicadas.

Este interés común de las dos personas, de carácter más general que el interés puramente individual de cada una de ellas, aparece representado en lo que los autores denominan la *matriz real*. En ella se puede reflejar también el resultado de ciertas transformaciones ocurridas en las personas que componen la relación como consecuencia de esta. Es lo que sucede cuando el “nosotros” reemplaza a los “yo” particulares. Berscheid y Reis (1998) ilustran esta idea con la respuesta de un conocido actor de Hollywood al que preguntaban si estaba celoso por el éxito profesional como actriz de su mujer: “Vd. no lo comprende —fue su respuesta al periodista—, los sueños de ella son ahora mis sueños”.

Clark y Mills (1979) señalan que en la mayoría de las relaciones íntimas esta matriz *real* ha sufrido una transformación en virtud de la *regla comunal*, según la cual los beneficios dependen de las necesidades y no de la regla “esto por aquello”. Rusbult, Verette, Whitney, Slovik y Lipkus (1991) señalan, por su parte, que la fortaleza y calidad de las relaciones mejora cuando los miembros de la pareja se apartan de la obtención de su interés inmediato, y citan como ejemplo ilustrativo el hecho de responder de manera constructiva a la conducta destructiva de la otra persona.

Según la Teoría de la interdependencia (Kelley y Thibaut, 1978; Kelley, 1979), el juicio sobre lo beneficioso que resulta o puede resultar una relación depende de las comparaciones que las personas efectúan, para lo cual utilizan dos criterios, el NC (*Nivel de Comparación*) y el NC_{alt} (*Nivel de Comparación de Alternativas*). Véase el Cuadro 13.8.

Cuadro 13.8: El NC y el NC_{alt}.

El NC o nivel de comparación	El NC _{alt} o nivel de comparación de alternativas
Se refiere a la calidad de los resultados que una persona cree que puede obtener, o que merece, de la relación. Es un índice de lo atractiva que la persona juzga una relación. Sólo las relaciones que superen el NC van a ser consideradas beneficiosas. Se basa en las experiencias pasadas. Cambia con el tiempo, en función de las experiencias a las que esté expuesta la persona.	Define el nivel de resultados más bajo que una persona aceptará a la vista de las alternativas que cree que tiene, incluyendo aquí no sólo otras relaciones posibles, sino también, vivir sola. Es el factor determinante de la decisión de la persona de entrar o mantenerse en una relación. Una relación con NC bajo puede ser, sin embargo, la mejor evaluada por una persona si no tiene a mano otras alternativas más atractivas.

Precisamente, una de las principales contribuciones de esta teoría ha sido la diferenciación entre satisfacción y estabilidad en la relación. Así, aunque muchas personas, y también investigadores, tienden a asumir que la satisfacción lleva a la estabilidad y la insatisfacción a la ruptura de la relación, la teoría contribuye a interpretar un resultado que vemos cotidianamente: hay personas que se mantienen en relaciones que le son claramente insatisfactorias (quizás porque no contemplan alternativas mejores), mientras que hay relaciones muy satisfactorias que de pronto dejan de serlo (quizás porque de pronto aparecen alternativas evaluadas más positivamente que antes no existían).

Teoría de la equidad

Constituye una versión de la Teoría del intercambio social que se ha aplicado con cierto éxito a las relaciones interpersonales (véase Hatfield y Traupmann, 1980). Postula que las personas comparan sus costes y beneficios en una relación con los de la otra persona. Si están equilibrados, es decir, si los costes son proporcionales a los beneficios, la relación produce satisfacción y, en consecuencia, tiene estabilidad. En cambio, el desequilibrio es desagradable y pone en marcha ciertas fuerzas psicológicas consistentes bien en cambiar las inversiones (lo que la persona aporta a la relación) o los beneficios (lo que obtiene de ella), o sencillamente en dejarla. Es importante señalar que el desequilibrio se produce tanto cuando una persona cree que está dando más a la relación que la otra (costes mayores que beneficios), como cuando cree que está dando menos (costes menores que beneficios). En el primer caso se sentirá explotado, en el segundo, culpable.

Varias investigaciones han mostrado que cuando las relaciones son equitativas, es decir, están equilibradas, su éxito es más probable (Berscheid y Walster, 1978; Buunk y VanYperen, 1991; Davidson, 1984). Prins, Buunk y VanYperen (1993) encontraron en una investigación que las mujeres, pero no los hombres, implicadas en relaciones no equitativas, tanto *infracompensadas*, por recibir de la relación unos beneficios inferiores a sus costes, como *sobrecompensadas*, por recibir beneficios superiores a sus costes, tendían a adoptar formas extremas de restauración de la equidad, como el deseo —o la realidad— de tener relaciones extramatrimoniales.

No obstante, otros resultados no confirman la relación entre equidad, calidad y estabilidad de la relación (Lujansky y Mikula, 1983). Hay, además, varias razones que aconsejan restar importancia a la equidad en las relaciones de pareja (Buunk, 1998):

- Las relaciones de pareja son más comunales que de intercambio. En otras palabras, en ellas las personas intentan responder a las necesidades de la otra persona y no se preocupan tanto de obtener reciprocidad. Una fuerte tendencia de un miembro de la pareja a actuar con reciprocidad se suele interpretar como señal de falta de interés en una relación romántica.
- El nivel de recompensas parece ser mejor predictor de la satisfacción que la justicia o la igualdad: es más importante sentir que nuestra pareja nos proporciona amor, información, estatus, satisfacción sexual, que percibir una perfecta equidad en el intercambio de recompensas.
- Un determinante importante de la satisfacción son las comparaciones que las personas realizan con otras personas o grupos. Así, quienes creen que la proporción costes-beneficios de su relación es mejor que las existentes en las relaciones de otras personas de su mismo sexo comparables, suelen experimentar niveles más altos de satisfacción (Buunk y Van Yperen, 1991).

Y no sólo la comparación influye en la satisfacción. También la satisfacción influye en el tipo de comparación que realizamos. Por ejemplo, Buunk, Collins, Van Yperen, Taylor y Dakoff (1990) encontraron que los matrimonios infelices tendían a interpretar tanto las comparaciones “hacia arriba” (con otras parejas a las que les iba mejor) como las comparaciones “hacia abajo” (con parejas a las que les iba peor) de forma mucho más negativa que las parejas felices: cuando se comparaban hacia arriba sentían envidia y cuando se comparaban hacia abajo tenían miedo de que les ocurriera lo mismo.

13.3 Satisfacción y estabilidad en las relaciones de pareja

Quizás la pregunta que más se ha formulado en el estudio de las relaciones interpersonales es por qué unas relaciones duran y otras se rompen. La respuesta no es sencilla. Como ya hemos indicado, con frecuencia, el sentido común —y muchos investigadores también— tienden a equiparar satisfacción con estabilidad: la persona dejará la relación cuando esté insatisfecho con ella. Esta creencia, además de reflejar una visión de las relaciones eminentemente individualista y voluntarista (esto es, cada uno mantiene las relaciones que quiere), es falsa. Sin embargo, resulta difícil separar las investigaciones y teorías que tratan sobre la satisfacción de aquellas que han estudiado la estabilidad, por lo que no haremos en este apartado esa distinción. No obstante, recordamos al lector la conveniencia de separar estos dos fenómenos, como la Teoría del intercambio hizo: las relaciones felices no siempre son estables y las relaciones estables no siempre son felices (Rusbult y Buunk, 1993).

También queremos señalar que las características ya mencionadas como propias de una relación íntima y cercana (intimidad, auto-revelación, compromiso, cuidado, confianza, entre otras), son las que favorecen la duración de una relación. No obstante, aquí se prestará atención a ciertas cuestiones que se han abordado en algunas teorías de manera específica, sobre todo aquellas relacionadas con el proceso de ruptura, así como a otros factores que favorecen esta ruptura y que no se han mencionado hasta el momento.

Enfoques teóricos

Algunas teorías posteriores a la Teoría de la interdependencia elaboraron con mayor profundidad las cuestiones de la satisfacción y estabilidad en las relaciones.

Modelo de la cohesión de Levinger

Propuesto por este autor en 1999, postula que la estabilidad de una relación depende tanto de fuerzas “de atracción” que nos llevan a mantenernos en una relación como de las “barreras” que nos impiden o nos frenan para dejarla. Estas barreras pueden ser externas, como los costes económicos, la crítica social y familiar, y otras por el estilo, y también internas, como las creencias morales o religiosas y los costes emocionales, entre otros. Según Levinger (1991), “las barreras sólo influyen en la decisión de continuar en una relación cuando la persona comienza a contemplar su abandono” (p. 148), de ahí que la satisfacción matrimonial y las alternativas matrimoniales parezcan ser determinantes importantes, pero separados, de la estabilidad matrimonial.

Así, por ejemplo, Udry (1981) encontró que la percepción que los miembros de una pareja tenían de sus alternativas matrimoniales (esto es, cómo creían que estarían sin su pareja actual y cómo de fácil creían que sería encontrar a otra pareja), predecía bastante bien la estabilidad de la pareja, independientemente de lo satisfechos que estuvieran con la relación, un resultado que ha sido corroborado por otros autores. De hecho, White y Booth (1991) han llegado a sugerir que el incremento de los divorcios no se debe tanto a que los matrimonios sean ahora menos felices que antes, sino a que las barreras existentes para la disolución han disminuido y la posibilidad de relaciones alternativas ha aumentado.

Otras muchas investigaciones, sin embargo, han puesto en duda que los factores socioculturales, entre los que se puede citar la mayor facilidad para divorciarse o la mayor posibilidad de relacionarse con otras personas, sean totalmente independientes de la satisfacción con la relación. Se ha demostrado empíricamente que estos factores pueden influir en el grado de satisfacción con que las personas perciben su relación. Esto conecta con una idea ya expresada en un apartado anterior, en concreto, que la aparición de una nueva relación llena de promesas puede hacer que lo que parecía una relación más que satisfactoria se vuelva insoportable.

Modelo de la inversión de Rusbult

Propuesto por esta autora en 1983, y por Rusbult, Drigotas y Verette (1994) defiende que el compromiso con la relación, que influye directamente en las decisiones de mantenerla o disolverla, depende de tres factores:

- Satisfacción con la relación: a mayor satisfacción, mayor compromiso.
- Calidad de las alternativas que la persona perciba a la relación: actúa en un doble sentido. Cuando la persona percibe alternativas más atractivas, disminuye el compromiso con su relación (Buunk, 1987). Ahora bien, sucede asimismo que cuando la persona aumenta el compromiso con su relación, disminuye el atractivo de las alternativas (Johnson y Rusbult, 1989). En el estudio de Simpson, Gangestad y Lerma (1990) se comprobó que las personas con relaciones de pareja tendían a percibir que las personas del sexo opuesto eran menos atractivas que las personas sin pareja.
- Magnitud de las inversiones en la relación: dinero, tiempo, posesiones compartidas, memorias comunes, y similares.

La Teoría del intercambio y otras derivadas son importantes para conocer la dinámica de la satisfacción y la estabilidad de las relaciones, pero adolecen de ciertas limitaciones, sirva de ejemplo el Cuadro 13.9.

Cuadro 13.9: Limitaciones de las teorías basadas en el intercambio para explicar la dinámica de las relaciones.

Complejidad de la asociación beneficios/costes percibidos en la relación con calidad/satisfacción

Parece lógico pronosticar que a mayores beneficios y menores costes, mayor calidad de la relación. De hecho, existe evidencia que muestra que las medidas del nivel de recompensa absoluta predicen la satisfacción, el ajuste y/o la estabilidad de las relaciones románticas y matrimoniales (Clark y Grote, 1998). Pese a ello, se ha encontrado que los costes están, a veces, asociados negativamente con la calidad (a mayores costes menor calidad), a veces, asociados positivamente (a mayores costes, mayor calidad) y, a veces, costes y calidad no están asociados.

Estas inconsistencias en los resultados se deben, según Clark y Grote (1998), a la diferente forma de medir los costes:

- Coste como conducta pobre o negativa, e intencionada, del otro miembro de la pareja.
- Coste como aspectos negativos asociados a la relación, pero que no están causados por la conducta intencionada del otro.
- Coste como aspectos negativos derivados del intento de satisfacer las necesidades del otro (por ejemplo, realizar actividades no deseadas, renunciadas, pérdida de bienes, entre otros).

Las dos primeras medidas están negativamente asociadas a la calidad. La tercera, en cambio, está positivamente asociada, dado que supone adherirse a las normas comunales presentes en la mayoría de las relaciones románticas.

Variaciones de las creencias sobre equidad y otras normas que regulan las relaciones interpersonales y sociales

Estas creencias varían considerablemente de un país a otro, varían incluso dentro del mismo país a lo largo del tiempo o según la región y el subgrupo considerado. Valga como ejemplo el que el sistema económico que regula por defecto los matrimonios en Cataluña es la separación de bienes, mientras que en el resto de España es el sistema conocido como “gananciales”.

Escaso peso concedido a los aspectos emocionales

En las relaciones se dan muchos procesos de gran carga emocional, como celos, pasión, obsesión, violencia, y otros similares, que son difíciles de explicar desde una perspectiva exclusivamente racional o fría.

Por otra parte, tampoco debemos olvidar que si bien hacen falta dos personas para mantener una relación, basta una sola para disolverla. Esto es, aunque a veces los dos miembros de una relación están igual de satisfechos, implicados y, en definitiva, comprometidos con la relación, no es raro encontrarse con que uno de ellos lo esté más que el otro. Este, a veces denominado *vínculo débil* de la relación, es bastante importante para su estabilidad. De hecho, la persona menos interesada en continuarla es quien puede extraer mayores beneficios de su compañero y quien, en caso de no obtenerlos, puede acabar con la relación. La persona que tiene mejores alternativas a la relación también suele ser el vínculo débil.

Factores relacionados con la estabilidad de las relaciones

Existen numerosos factores, de muy diversa índole, que han aparecido relacionados con la duración de las relaciones. Conviene señalar, sin embargo, que las investigaciones en este campo presentan ciertas dificultades. Los estudios de carácter más sociológico, por ejemplo, se limitan generalmente a estudiar la asociación entre una serie de características reales de las personas y las relaciones, y la ruptura de la relación. Estos estudios suelen tropezar con una

dificultad fundamental, en concreto, que numerosas variables correlacionan o se confunden entre sí. Valga como ejemplo la duración de una relación, una variable que suele ir unida a tener hijos, ingresos más elevados, mayor edad, menor pasión, más intimidad, entre otras variables. No basta con encontrar, en una investigación, que las parejas con hijos suelen romperse más fácilmente que las que no los tienen. Es necesario dar un paso más y demostrar que esa asociación es genuina y no se confunde con la influencia de la edad de los miembros de la pareja, de sus ingresos, de la intensidad de su pasión, entre otras posibles variables.

En este apartado, estos métodos de investigación se han completado con otros que pretenden superar las limitaciones mencionadas, como la realización de estudios longitudinales, en los que se estudia las mismas parejas a lo largo de los años, la realización de auto-registros, en los que los miembros de las parejas van escribiendo una especie de diario sobre sus interacciones, o la observación, en escenarios controlados, de la interacción entre miembros de parejas reales.

Duración de la relación

La relación existente que ha aparecido en las investigaciones entre duración de la relación y satisfacción o ruptura es bastante compleja. Por una parte, hay una mayoría de estudios que muestran que la satisfacción con la relación disminuye conforme aumenta su duración. Al menos eso aparece claramente cuando se le pregunta a la gente acerca de cómo de satisfecho está en ese momento con su relación y cuánto estaba antes (Glen, 1991). Sin embargo, cuando se mide realmente la evolución de la satisfacción a lo largo de los años, como hicieron Vaillant y Vaillant (1993) durante 40 años, lo que se encuentra es una relativa estabilidad de la satisfacción, con un ligero declive.

Otros estudios han encontrado que la satisfacción seguía la forma de una curva en forma de U, situándose los niveles más bajos de satisfacción alrededor de los 20 años de relación, e incrementándose después. Este resultado coincide con el de otros estudios donde se encuentra un ligero aumento de la satisfacción en los matrimonios después de que los hijos e hijas se van de casa. También parece claro, cuando se han estudiado matrimonios que llevaban poco tiempo casados, que la caída más grande en la satisfacción ocurre poco después del matrimonio (Kurdek, 1998) (algunos autores han señalado que la satisfacción cae dos tercios de su magnitud durante el primer año).

Otros factores —posiblemente relacionados entre sí— que se han sugerido como responsables de esta caída en la satisfacción son:

- El nacimiento de los hijos (aunque no hay total acuerdo sobre este punto en las investigaciones; además, conviene tener en cuenta que el sentido de la paternidad y de la maternidad puede haber variado considerablemente de unos años hacia acá y también variar de un país a otro).
- Haber convivido antes de casarse —las personas que han convivido se separan más (Berscheid y Reis, 1998, p. 233) (pero, de nuevo, esto puede deberse no tanto al hecho de haber convivido como a que eso supone que llevan más años de relación).
- La disminución durante los primeros años de los aspectos positivos de la relación (más que el aumento de los aspectos negativos).

En general, en lo que no parece haber duda, es en la importancia que los factores sociales y culturales tienen sobre la satisfacción de la pareja y, en última instancia, sobre su ruptura o continuidad. Pensemos, por ejemplo, en la tasa de divorcios en diferentes países de la Unión Europea: en España por cada cien matrimonios hubo un 12,5% de separaciones en 1991 y un 18,2 en el 2001 (un ligero incremento); en Bélgica estas cifras fueron 34,3 y 69,7,

en el Reino Unido 49,6 y 50,5 y en Portugal 14,8 y 32,3. En lugar de pensar que las personas nos relacionamos mejor en España y Portugal que en Bélgica o el Reino Unido, parece más verosímil creer que son las condiciones económicas (por ejemplo, la incorporación de la mujer al mundo laboral), legales (en España el divorcio se aprobó en 1981), religiosas, y otras por el estilo, las responsables de estas diferencias.

Intimidad, implicación y auto-revelación

Como ya hemos comentado al hablar de los planteamientos teóricos, la intimidad e implicación en la relación son factores relacionados con la continuación o no de relaciones, tanto si se trata de relaciones prematrimoniales (Hill, Rubin y Peplau, 1976) como matrimoniales (Davidson, 1984).

Una de las características que más diferencian entre las parejas felices e infelices es su estilo de comunicación (Buunk, 1998): las más felices se caracterizan por una comunicación abierta y centrada en la solución de problemas. Así, cuanto más expresan sus pensamientos y sentimientos, más afecto y comprensión muestran, más le hacen saber al otro que empatizan con sus sentimientos y más capacidad tienen para adoptar su perspectiva, más felices son. En cambio, las parejas son más infelices cuanto más se comunican intentando evitar los conflictos, ignorándolos o de manera destructiva (críticas, quejas, sarcasmo).

También se ha encontrado que las parejas con conflictos identifican de forma incorrecta el afecto y las intenciones de su pareja (por ejemplo, Noller y Ruzzene, 1991). Este déficit en la comunicación se debe a que la relación es infeliz y no a que la persona carezca de habilidades comunicativas.

Dinámica de la interacción

Claramente, cuando se ha observado las interacciones de parejas satisfechas e insatisfechas, las primeras exhiben más conductas negativas (por ejemplo, críticas, quejas, falta de atención) que las segundas.

En general, cuando se inicia una relación amorosa, las personas implicadas intercambian multitud de señales verbales y no verbales que revelan afecto y sentimientos positivos: cercanía física, contacto visual, interés por la otra persona, palabras agradables y regalos (Byrne y Murnen, 1988). A medida que la relación avanza en el tiempo y aparecen, por ejemplo, los hijos, las tareas del hogar exigen tiempo y las presiones económicas acucian, muchas de estas señales comienzan a desaparecer, con lo que se pierden importantes elementos de reforzamiento mutuo. Pero todavía mucho más desastrosa para la relación es la aparición de la crítica y la evaluación negativa, al principio probablemente inexistente, después quizás contenida y, por último, manifiesta. La aparición de descalificaciones y críticas, cuando no de claros insultos, no sólo constituye un estímulo negativo para el otro, sino que produce un círculo vicioso, haciendo que la otra persona tienda a responder de la misma manera y produciendo, en consecuencia, un escalamiento de la aversión recíproca.

Birchler, Weiss y Vincent (1975) encontraron que las parejas casadas usaban entre sí más refuerzos negativos y menos positivos que cuando interactuaban con extraños, siendo esta tendencia mucho mayor en las parejas que no se llevaban bien.

Aunque no hay muchos resultados que indiquen directamente que la rutina y el aburrimiento sean un factor clave en la separación de las parejas, las creencias de la gente, así como otros datos indirectos, suministran apoyo para esta idea:

- Ogden y Bradburn (1968) encontraron que el número de actividades placenteras comparadas predijo de forma significativa el éxito matrimonial.

- Luckey y Bain (1970) constataron que las parejas satisfechas solían tener muchas y variadas fuentes de satisfacción, mientras que las insatisfechas generalmente tenían pocas, en ocasiones sólo una, fuentes de satisfacción (por ejemplo, los hijos).
- Otra línea de investigación, centrada en la esfera de la sexualidad, indica que el interés por un compañero o compañera sexual tiende a decaer con la frecuencia de contacto.

13.4 Problemas en las relaciones amorosas

Las relaciones amorosas no sólo se componen de sentimientos, actitudes y conductas positivas. La parte más oscura de nosotros mismos y de la realidad que nos rodea también está presente en nuestras relaciones afectivas. No se trata sólo de que el amor en sí sea un fenómeno totalmente positivo y de que la parte negativa sea consecuencia de no alcanzarlo, de su desaparición o de no sentirse correspondido. También se trata de que muchos de los componentes genuinos del amor contienen su propia vertiente negativa. Así, por ejemplo, la idealización presente en el enamoramiento, por su misma naturaleza, lleva consigo el desengaño cuando la realidad se presenta tal y como es; o el desvelamiento de los aspectos más íntimos de uno mismo posibilita quedar expuesto al ataque más despiadado por parte de la otra persona cuando ésta cambie su afecto hacia nosotros.

Una consideración de todos los posibles problemas que pueden darse en unas relaciones amorosas: agresión, explotación, celos, culpabilidad, depresión, angustia, frustración, obsesión, dependencia, sumisión y otros excedería los propósitos de este capítulo (pueden consultarse las revisiones de Berscheid y Reis, 1998; Hinde, 1997; Holmes y Murray, 1996). Sin embargo, con el fin de ilustrar esta parte menos halagüeña de nuestras relaciones, trataremos brevemente el tema de los celos y el problema de la soledad.

Los celos

La mayoría de las definiciones de *celos* coinciden en señalar que se trata de un estado emocional negativo provocado cuando una persona percibe que su relación amorosa con otra se ve amenazada por una tercera, sea ésta real o imaginada. Las emociones más vinculadas a los celos son ansiedad, tristeza e ira (Fitness y Fletcher, 1993).

Dos aspectos distintos, aunque relacionados, pueden apreciarse dentro de los celos (White, 1981):

- El dolor, la frustración o la rabia por la pérdida, o amenaza de pérdida, de la otra persona.
- Los sentimientos causados por la disminución de la autoestima y del amor propio (Mathes, Adams y Davies, 1985).

Las investigaciones sugieren que estos dos aspectos son relativamente independientes (Sharpsteen, 1995), esto es, no siempre que se da uno de ellos ha de darse necesariamente el otro.

Los celos tienen, en general, efectos negativos sobre la relación (Buunk, 1987) y provocan muchos pensamientos, sentimientos y conductas negativas. Sin embargo, en ocasiones la provocación de celos en pequeña proporción es utilizada deliberadamente por los miembros de la pareja con el fin de obtener efectos beneficiosos sobre la relación (cosa bien distinta es que se consiga este pretendido efecto beneficioso).

La aparición de los celos depende de tres tipos de variables, referidas a características personales, de la relación y de la situación:

- *Características personales*: la persona que siente celos suele estar caracterizada por baja autoestima, sentimientos de no ser la pareja adecuada, ansiedad, neurosis, insatisfacción,

locus de control externo, dogmatismo, dependencia de la pareja, escasas habilidades de comunicación, deseo de exclusividad sexual, y excitabilidad (Hinde, 1997, p. 165).

- *Relación*: una relación con escaso amor o compromiso hace que el riesgo de los celos sea menor (Bringle y Boebinger, 1990).
- *Situación*: las características del rival o el tipo de infidelidad (imaginada o real, sexual o emocional) también desempeñan un papel importante en los celos (se abordará esta cuestión en un párrafo posterior).

Diferencias de celos entre hombres y mujeres

Hombres y mujeres no difieren en el grado o intensidad de los celos cuando la pareja muestra interés por otra persona (Buunk y Dijkstra, 2004). Pese a ello, varios psicólogos evolucionistas (Buss, 2000; Symons, 1979; Wilson y Daly, 1992) han propuesto que los celos serán provocados en los varones por la infidelidad sexual de sus parejas y en las mujeres por la infidelidad emocional.

Esta diferencia tiene su origen en el proceso darwiniano de selección natural, concretamente en las presiones a las que estaban sometidos nuestros antepasados. Para los varones, la principal amenaza era la infidelidad sexual de su pareja, que podría resultar en un embarazo, con dos consecuencias: el hombre no reproducía sus genes y además empleaba sus recursos en criar a quien llevaba los genes de otro hombre. La mujer, en cambio, estaba segura de que criaba a sus propios hijos; el peligro para esta crianza (y la continuidad de los propios genes) venía más bien de que el varón se implicara emocionalmente con otra mujer y dedicara a ésta su atención y recursos.

Los planteamientos básicos de esta teoría han recibido considerable apoyo empírico (Buss y cols., 1992; Buunk y cols., 1996; Buunk y Dijkstra, 2004). Lo mismo le ha sucedido a ciertas extensiones de la teoría. Por ejemplo, las mujeres —en comparación con los hombres— suelen ponerse más celosas cuando la rival es atractiva físicamente, mientras que a los hombres les preocupa menos el atractivo físico del rival y más su estatus o dominancia social (Buss, Shackelford, Choe, Dijkstra y Buunk, 2000; Dijkstra y Buunk, 1998; Dijkstra y Buunk, 2002).

Según la perspectiva evolucionista, dado que hombres y mujeres tienen las estrategias reproductoras diferentes expuestas más arriba, también difieren en las características que contribuyen a su valor como pareja y, en consecuencia, a las características del rival que evocan celos. Mientras que el valor de las mujeres está determinado más que en el hombre por su atractivo físico (pues el atractivo puede ir asociado a juventud y salud —todo ello vinculado a su vez con la capacidad reproductora), el valor de los hombres como pareja viene dado sobre todo por las características relacionadas con el estatus —que están asociadas a la capacidad de proporcionar recursos (Buss, 1989, 1994).

Pero, al mismo tiempo, hay que señalar que existen explicaciones alternativas a los resultados encontrados por el enfoque evolucionista y críticas a las investigaciones realizadas (véase De Steno, Bartlett, Braverman y Salovey, 2002; Harris, 2003).

Diferencias culturales en la expresión de los celos

Buunk y Hupka (1987) preguntaron a estudiantes universitarios de ambos sexos y de varios países (Hungría, Unión Soviética, Yugoslavia, México, Estados Unidos y Holanda) que indicaran qué situaciones les ponían más o menos celosos. Las respuestas variaban según los países. Así, por ejemplo, tener relaciones sexuales causaba muchos más celos a los estudiantes de la Unión Soviética que a los de México; que la pareja tuviera fantasías sexuales con otra persona ponía muy celosos a los holandeses y apenas afectaba a los yugoslavos; que bailara con otra

persona causaba celos fuertes en los soviéticos y apenas imperceptibles en los holandeses; y así sucesivamente ocurría con otras conductas, como coquetear, besar o acariciar.

Incluso en las investigaciones realizadas bajo el paradigma de la psicología evolucionista han aparecido notables diferencias culturales.

Así, un dilema clásico que se le plantea a los participantes en estos estudios es que:

- Se imaginen a su pareja estableciendo un profundo vínculo emocional con otra persona (infidelidad emocional).
- Se imaginen a su pareja realizando de forma apasionada el acto sexual con otra persona (infidelidad sexual).

Se les pregunta cuál de las dos opciones les resulta más desagradable o tensa.

En general, prácticamente en todos los estudios y países en los que se ha planteado esta cuestión, muchos más hombres que mujeres indican que les molestaría más la infidelidad sexual que la emocional. Sin embargo, las diferencias entre países son notables: mientras que en alguna muestra estadounidense el porcentaje de varones que indicaban que les molestaba más la infidelidad sexual fue del 76%, o en una muestra coreana del 59%, en la muestra china el porcentaje fue del 21% y en la alemana del 28% (Buller, 2005).

La soledad

La *soledad* es un estado negativo que afecta a un gran número de personas en el mundo. Los datos disponibles sobre los niveles de soledad existentes en España muestran resultados muy semejantes a los existentes en otros países, fundamentalmente en Estados Unidos (Rokach, Moya, Orzeck y Expósito, 2001). Para muchas personas, el sentimiento de soledad es momentáneo (un estado pasajero), pero para otras constituye un estado crónico que además acarrea serios problemas de salud física, mental y social. El aislamiento social y el sentimiento de soledad han aparecido correlacionados con la mortalidad ocasionada por diferentes tipos de causas (House, Landis y Umberson, 1988). También se ha encontrado, en estudios epidemiológicos, que la tasa de mortalidad, controlando la edad, de los individuos socialmente aislados era dos o tres veces más alta que la de los individuos integrados socialmente (Berkman y Syme, 1979).

El sentimiento de soledad está asociado con un incremento de la activación del sistema nervioso simpático, problemas de sueño y alteración de la función neuroendocrina. Y curiosamente este patrón se encuentra entre aquellas personas que no difieren objetivamente de quienes no están solos, lo que viene a resaltar que lo importante no es estar solo, sino sentirse solo (Hawkley, Burleson, Bemtson, y Cacioppo, 2003). Y aunque pueden observarse diferencias en el modo en el que la gente entiende la soledad, y la experimentan, lo cierto es que se trata de una “experiencia universal mostrada por todos los seres humanos” (Rokach, 1988).

La soledad se ha estudiado tradicionalmente unida a características individuales como el pesimismo (Ernst y Cacioppo, 1998), la falta de felicidad o la satisfacción con la vida (Riggio, Watring y Throckmorton, 1993), así como también ha sido asociada a otros estados negativos, como depresión, suicidio, hostilidad, alcoholismo, baja autoestima, etc.

Soledad y relaciones interpersonales

La investigación sobre la soledad se originó hace casi tres décadas y uno de los primeros estudios en el que se trató de identificar y describir cómo se sentían las personas solitarias fue el desarrollado por Horowitz (1979). En su estudio, el autor pedía a un número de personas que

describieran qué experimentaban cuando se sentían solas y agrupó las respuestas en categorías semánticas. Algunas de las experiencias que con más frecuencia se repetían fueron:

- *Intimidad inhibida* (“Me siento incapaz de revelar mis sentimientos a los demás”).
- *Socialización inhibida* (“Encuentro muy difícil hacer amigos”).
- *Agresividad compulsiva* (“Ejerzo mucha presión sobre las personas”).
- *Sumisión compulsiva* (“Me veo obligado a agradar a los demás”).

Como se puede observar, estas categorías hacían referencia en su totalidad al área interpersonal.

Ahora bien, las personas encuestadas también utilizaban adjetivos para describir cómo se sentían. Por ejemplo, las personas se describían a sí mismas con adjetivos como “solo”, “débil”, “frío”, y otros similares. Pero incluso estos adjetivos, como bien indicaba el autor, hacían referencia a los problemas interpersonales que las personas experimentaban. En su opinión, describirse como “solo” refleja ciertas dificultades de socialización con los demás. En general, la principal conclusión que extrajo el autor de su trabajo exploratorio fue que aquellas personas que se describen como solitarias, experimentan una serie de problemas interpersonales específicos que pueden describirse bajo el nombre de *sociabilidad inhibida* (Horowitz y French, 1979).

Esta primera investigación relacionaba la soledad con las relaciones interpersonales. Pero lo cierto es que el estudio de dicha experiencia ha estado unido al de “ciertos grupos de personas”, lo que en principio pudo hacer pensar que la soledad estaba originada por causas específicas. Por ejemplo, solteros y solteras, madres adolescentes con bajos ingresos (Medora y Woodward, 1986), estudiantes de primer año y personas alcoholizadas, divorciadas y ancianas (McWhinter, 1990), viudos/as y separados/as (Natale, 1986). Poco a poco las investigaciones han conseguido demostrar, sin embargo, que la soledad es un problema importante para las personas de cualquier edad y condición social (Bolea, 1986).

Soledad emocional vs. social

La soledad, entendida como una insatisfacción subjetiva de necesidades no cubiertas en el contexto de las relaciones personales (Neto y Barros, 2000), constituye un problema importante en nuestra sociedad. Las estadísticas confirman que la soledad es una experiencia negativa y que cada vez son más las personas que la padecen y tratan de luchar contra ella. Este hecho parece estar provocado, entre otros factores, por las características de la sociedad en la que vivimos, en la que cada vez están más diluidos los vínculos interpersonales familiares y de amistad y van perdiendo fortaleza las asociaciones primarias que existían hace algunos años y que aún se dan en sociedades menos industrializadas.

Las personas buscamos afiliarnos con los demás y, con algunas personas concretas deseamos e intentamos desarrollar una relación más intensa. Cuando no conseguimos estos objetivos es posible que sintamos la soledad, lo que algunos autores han descrito como “una discrepancia subjetiva entre el nivel de contacto social logrado y el deseado” (Peplau y Perlman, 1982). La soledad no sólo está asociada al aislamiento social, pues las personas pueden tener relaciones y aún así sentirse solas (Pinquart y Sorensen, 2001). Ello ha llevado a que se hable de dos tipos de soledad:

- La *soledad social* se refiere a aquellos casos en que la persona no tiene una red de relaciones sociales de la que pueda sentirse parte y en la que compartan intereses y actividades comunes (Weis, 1973).
- La *soledad emocional*, en cambio, es el resultado de la pérdida de una relación íntima o estrecha con otra persona.

Como puede apreciarse, estos dos tipos básicos de soledad coinciden con las dos manifestaciones básicas de la motivación humana fundamental de buscar la afiliación con los demás mencionadas anteriormente.

Algunas variables relacionadas con la soledad

Las investigaciones realizadas con la *UCLA Loneliness Scale* (Russell, Peplau y Cutrona, 1980) —escala que ha sido adaptada en España por Expósito y Moya (1993)—, han encontrado que las personas que obtenían puntuaciones altas en soledad también presentaban baja autoestima, altos niveles de ansiedad, depresión y sentimientos de hostilidad, así como patrones conductuales de evitación social.

El sentimiento de soledad se ha relacionado con multitud de variables, unas que hacen referencia al individuo (o personales) y otras referidas a la situación, pero en ambos casos, la consecuencia es la misma: las personas no logran desarrollar relaciones interpersonales estables y gratificantes. De entre las primeras variables, las que más investigación han suscitado son el sexo, la edad, además de ciertas características de personalidad como la baja autoestima o la falta de competencia interpersonal.

- *Competencia interpersonal*: La soledad también está asociada con un menor optimismo y satisfacción con la vida (Neto y Barros, 2000), y las personas solitarias suelen tener un estilo de comunicación con los demás pobre, poco honesto y abierto, lo cuál les convierte en personas con baja *competencia interpersonal* entendida como “conducta relacional inapropiada”, que recoge aspectos como iniciar contactos, suministrar apoyo emocional, autorrevelación y resolución de conflictos (Bates, Luster y Vandenbelt, 2003). Tener una adecuada competencia interpersonal puede aumentar el funcionamiento relacional y la calidad de las relaciones. Este hecho es doblemente importante, ya que por un lado, la soledad lleva asociada una serie de estados emocionales negativos (ansiedad, depresión, irritabilidad y similares) y por otro, la escasa competencia interpersonal puede acarrear otros problemas en el caso de que se inicie una relación, ya que por definición, las personas con escasa competencia interpersonal carecen de las habilidades necesarias para iniciar, mantener y desarrollar una relación de forma satisfactoria.
- *Sexo*: Los datos no muestran un patrón concluyente. Así, Borys y Perlman (1985) llevaron a cabo una revisión en la que, utilizando como principal medida de soledad la *UCLA Loneliness Scale*, no encontraron diferencias entre las puntuaciones obtenidas por hombres y por mujeres, aunque se podía observar una ligera tendencia de los varones a puntuar más alto que las mujeres. Sin embargo, otros estudios en los que se preguntaba a las personas directamente por su experiencia de soledad, mostraron que las mujeres reconocen sentirse más solas que los varones (Moya y Expósito, 1998). Varias son las explicaciones que se han esgrimido ante este último patrón de resultados, siendo una de las más aceptadas la de los roles de género y en concreto la denominada *hipótesis de la intimidad*. Así, las mujeres, a causa de los roles tradicionales que les han sido adjudicados, otorgarían más relevancia a las relaciones interpersonales que los varones, y tienen mayores expectativas de intimidad, por lo que también hay más probabilidad de que sean decepcionadas y experimenten sentimientos de soledad.
- *Edad*: Resulta sorprendente que sean los ancianos los que se sientan menos solos cuando se les compara con otros grupos de edad (por ejemplo, adolescentes). Parlee (1979) encontró que el 79% de los menores de 17 años decían sentirse solos, mientras que entre los mayores de 55 años el porcentaje fue del 37%. Este resultado pone de manifiesto la relevancia que para este sentimiento cobra las relaciones interpersonales, además de la importancia de los aspectos subjetivos en dicha experiencia. Probablemente, la adolescencia sea una etapa

de la vida caracterizada por grandes deseos de comprensión y aceptación por parte de los demás, buscando el desarrollo de la propia identidad personal y social. Los padres (y la familia) son figuras importantes que satisfacen estas necesidades de atención, incentivo y confirmación. Si los padres fracasan en esta tarea, los hijos pueden desarrollar diversos estados emocionales negativos entre los que se encuentra la soledad (Marcoen y Brumagne, 1995). Por otro lado, la necesidad de intimidad se incrementa en esta fase evolutiva (Díaz y Berndt, 1982) cobrando especial significado los grupos de iguales. Este podría ser un motivo por el que los jóvenes sientan la soledad cuando no encuentran la compañía de personas que les sirvan para alcanzar sus necesidades básicas de intimidad y comprensión. Estaríamos hablando en este caso de soledad de tipo emocional. Mientras que en los ancianos lo que se observa es una puntuación superior en la soledad de tipo social, probablemente determinada en parte por las limitaciones de movilidad propias de la edad, la pérdida del cónyuge o pareja, ruptura con los compañeros de trabajo como consecuencia de la jubilación, y el posible distanciamiento de la familia y red de amigos.

- *Estado civil:* La situación de pareja ha estado desde su origen vinculada al estudio de la soledad, ya que podría resultar obvio que fueran las personas solteras o sin pareja las que se sintieran más solas frente a aquellas que tienen una pareja (y/o familia). En este sentido, las primeras investigaciones realizadas mostraron que la soledad era más común entre personas que nunca habían estado casadas, o que eran divorciadas o viudas frente a las casadas. Sin embargo, estudios posteriores han arrojado un patrón diferente de resultados, como el obtenido por Expósito y Moya (1993) en el que no había diferencias en las puntuaciones en la escala de soledad de UCLA entre las personas que no tenían pareja (42,37) y las casadas (42,23), mientras que las que menos solas decían sentirse fueron las que tenían relaciones esporádicas o salían con alguien (39,67). Una vez más, es importante tener en cuenta el factor subjetivo en la explicación de la experiencia de la soledad. No se trata de tener una relación, sino de lo que aporta esa relación o lo que uno espera de ella. Es cuando esa expectativa se ve frustrada cuando aparece el sentimiento de soledad (emocional).
- *Situación:* Por la misma razón por la que las personas buscan afiliarse con otras cuando se encuentran en situaciones de incertidumbre o de gran estrés, es de suponer que en esas mismas situaciones las personas tengan mayor probabilidad de experimentar la soledad si no encuentran a otros que satisfagan dichas necesidades. Existe abundante literatura sobre las reacciones que se producen en las personas como consecuencia de cambios radicales en sus vidas: hospitalización, encarcelamiento, traslados a otra ciudad, inicio de estudios universitarios y otros similares. Así, estudios realizados con universitarios en su primer año de carrera encontraron que el grado de soledad al comienzo del curso era relativamente más alto y que, a pesar de que los niveles de soledad descendían a medida que el curso avanzaba, una gran proporción de estudiantes seguían sintiéndose solos varios meses después (Oswald y Clark, 2003).
- *Apoyo social:* Las situaciones estresantes no producen una influencia automática sobre la soledad, sino que el que este sentimiento se dé o no depende de la existencia de mecanismos amortiguadores, entre los que el apoyo social desempeña un papel importante. En un estudio realizado en Chicago por Klinenberg (2002) se pudo determinar como las personas mayores afroamericanas estaban socialmente aisladas y solas, y este era el grupo que mayor probabilidad tenía de morir ante una oleada de calor (cuando se comparaba con grupos de blancos del mismo estatus socioeconómico). La principal causa de esta diferencia parece estar en que la estructura social de los blancos les suministraba relaciones con personas que les cuidaban, mientras que las personas afroamericanas carecían de estas relaciones. Patterson (1997) en un libro en el que abordaba las relaciones raciales en América llegó

a la misma conclusión. Concluía que los afroamericanos eran tal vez las “personas más solas del mundo”. Parece, pues, que la estructura social determina el tipo de relaciones que establecemos y por tanto, los sentimientos que de ellas se derivan. Vivir como una minoría puede ocasionar una acumulación de estresores, soledad y aislamiento social (Williams, Neighbors y Jackson, 2003).

- *Cultura:* El contexto cultural determina una forma de vida que puede hacer más fuerte la experiencia de la soledad entre sus habitantes. En aquellas culturas en las que se apuesta por el logro individual y la competitividad es posible que sea menos importante el contacto con los grupos primarios como la familia y los amigos. Otros factores como la movilidad territorial, el crecimiento de las ciudades, el aumento de la criminalidad, también han contribuido a reducir el contacto con los miembros de grupos primarios, incrementando el aislamiento social (Rokach y cols., 2001). Valga como ejemplo el dato obtenido por el CIS (1995), que indica que en España dedicamos un mayor número de horas a las relaciones y contacto con amigos (2 y ½ por día) que la media europea, que está en torno a 15 minutos. Los lazos familiares y de amistad siguen siendo muy importantes en nuestra cultura y si bien el divorcio está aumentando en consonancia con la tendencia europea, aún mantenemos porcentajes inferiores a los de los países vecinos. La soledad no sólo se puede estudiar como una cuestión relativa a factores individuales y/o de pérdida de contacto, es necesario incluir el modo en el que el contexto social está organizado ya que éste también puede condicionar el patrón de interacción social de sus miembros.

13.5 Resumen

Este capítulo sobre relaciones interpersonales íntimas realiza un recorrido por las principales corrientes y enfoques teóricos que las han estudiado, definiendo, en primer lugar, qué son las relaciones interpersonales íntimas y diferenciándolas de otro tipo de relaciones interpersonales que, si bien pueden ser consideradas estrechas y cercanas, no poseen las características distintivas para ser consideradas íntimas.

En la primera parte del capítulo se describen algunas teorías que abordan las posiciones o enfoques que cada persona lleva cuando inicia una relación interpersonal íntima (cogniciones y expectativas, estilos de apego, atribuciones e incluso, memoria o recuerdos de relaciones previas). Todas estas condiciones o condicionantes, van a tener un peso decisivo en el desarrollo de las relaciones interpersonales íntimas, ya sean como elementos facilitadores, ya sea como obstáculos a su desarrollo.

En segundo lugar, se abordan los aspectos distintivos que hacen que las relaciones interpersonales sean íntimas: auto-revelación, intimidad, emoción e interdependencia, fundamentalmente.

En la tercera parte del capítulo, nos hemos centrado en dos de las características que generalmente se asignan a las relaciones interpersonales íntimas: la estabilidad y la satisfacción, y se profundiza en diferentes enfoques teóricos que arrojan luz sobre las dificultades en la operacionalización, para su estudio, de tales tópicos.

Si bien es cierto que suele establecerse un binomio entre relaciones interpersonales íntimas y satisfacción con la vida, no menos cierto es que existen determinadas situaciones y condiciones que hacen de éstas verdaderos estresores para muchas personas en diferentes momentos de sus vidas. Por ello, hemos creído necesario y justo hacer mención a la otra parte, más negativa de las relaciones interpersonales íntimas, concretamente nos hemos centrado en los celos y en la soledad. Si bien ambas condiciones no tienen por qué ser causa directa de una ruptura de las relaciones íntimas, sí que suponen un fracaso en la consecución de los objetivos de felicidad y satisfacción que los seres humanos generalmente proyectan cuando se implica en una relación de este tipo. Aunque a primera vista pudiera parecer que celos y soledad son cuestiones diferentes, ambas situaciones se caracterizan por tratarse de experiencias subjetivas que poco tienen que ver con las situaciones reales de la pareja y que, además, producen estados emocionales negativos en las personas que experimentan estos fenómenos.

Términos de glosario

Apego

Celos

Inteligencia emocional

Interdependencia

Intimidad

Soledad

Lecturas y recursos recomendados

Expósito, F. y Moya, M. (1999). Soledad y apoyo social. *Revista de Psicología Social*, 14 (2-3), 297-316.

En este artículo se presentan los resultados de una investigación en la que participaron 786 personas de ambos sexos y diferente edad, nivel educativo, estado civil, etc. Todas contestaron un cuestionario que incluía la 3ª versión de la *UCLA Loneliness Scale*, la medida de Apoyo Social de Dunkel-Schetter y cols. (1986), así como medidas de autoestima y calidad de vida. Si bien tradicionalmente se ha establecido un paralelismo entre soledad y apoyo social, los resultados ponen de manifiesto que la soledad, a pesar de estar relacionada con determinados aspectos del apoyo social, es un fenómeno diferente referido a aspectos más subjetivos, emocionales, profundos y globales.

Moya, M. (1998). Investigaciones sobre parejas heterosexuales. En R.A. Baron y D. Byrne: *Psicología social* (8ª ed., pp. 354-358). Madrid: Prentice Hall.

Se presenta un resumen de una investigación en la que miembros de la misma pareja contestaron a una serie de cuestiones relacionadas con el enamoramiento, la implicación en la relación y la interdependencia, entre otras. Los resultados se analizaron tanto desde la perspectiva del género como desde la semejanza/complementariedad de los miembros de cada pareja.

Morera, M. D., Quiles, M. N. y Rodríguez, R. (1998). *Psicología social: procesos interpersonales*. Madrid: Pirámide.

Este libro presenta de forma clara y actualizada los procesos psicosociales que intervienen en las relaciones interpersonales, analizando el papel de la cultura en la construcción de conceptos como el amor o la amistad. Profundiza en la necesidad humana de comunicación con sus semejantes a través de la palabra, del gesto y de la postura, enfatizando la importancia de las creencias y las valoraciones generalizadas sobre los demás en la convivencia cotidiana. El texto incluye una serie de ejercicios elaborados con la finalidad de sensibilizar al lector con los fenómenos psicosociales mencionados.

Conducta de ayuda, conducta prosocial y altruismo¹

Ángel Gómez Jiménez y Elena Gaviria Stewart

Objetivos

- Describir qué son la conducta de ayuda, la conducta prosocial y el altruismo.
- Exponer las explicaciones que se han dado para justificar los orígenes de la conducta de ayuda.
- Mostrar cuáles son los motivos que nos llevan a ayudar a otras personas.
- Saber quién es más probable que ayude a los demás.
- Examinar cuáles son las personas a quienes es más probable que ayudemos.
- Revisar las ocasiones en las que es más probable que ayudemos a otros.
- Conocer si todas las personas quieren que los demás les ayuden.
- Explicar qué es la conducta de ayuda planificada.

14.1 Introducción

Los conceptos de conducta prosocial, conducta de ayuda y altruismo han captado la atención de los psicólogos sociales desde hace décadas. A pesar de que en ocasiones se utilicen como intercambiables, cada uno se refiere a un proceso diferente. En lugar de seguir el esquema tradicional que habitualmente aparece en los manuales, vamos a basarnos en el guión utilizado por Penner, Dovidio, Piliavin y Schroeder (2005, véase también Dovidio, Piliavin, Schroeder, y Penner, 2006).

Comenzaremos con una breve historia del interés que la Psicología social ha mostrado por la conducta prosocial. En segundo lugar, definiremos algunos conceptos clave relacionados con la conducta prosocial. Posteriormente, pasaremos a describir la investigación que se ha llevado a cabo en este campo.

¹ Este capítulo es una versión reducida y adaptada de Gómez (2006), con la autorización expresa de la Ed. Sanz y Torres.

En un tercer apartado distinguiremos tres niveles de análisis para organizar la información. El primero es el *nivel micro*, que se centra en conocer el origen de las tendencias prosociales. Recorreremos las explicaciones que han dado las teorías de la evolución, la neurociencia, la genética, y los psicólogos del desarrollo y de la personalidad. El segundo es el *nivel meso*, en el cual el centro de interés es la conducta de las personas que dan o reciben ayuda dentro de un contexto específico. Este ha sido un gran bloque de interés, ya que se ha tratado de responder a ¿por qué ayudamos?, ¿quién es más probable que ayude?, ¿a quién?, ¿cuándo ayudamos? y, por último, ¿todo el mundo quiere que se le ayude? El tercero es el *nivel macro*, que incluye las conductas prosociales que se dan a nivel grupal y en el contexto de organizaciones de cualquier tipo. El mejor ejemplo es el voluntariado.

14.2 Historia del estudio de la conducta de ayuda desde la Psicología social

En 1908, William McDougall escribió un manual de *Introducción a la Psicología social* donde examinaba el impacto ejercido por las variables sociales en el comportamiento. Una de dichas variables era la conducta prosocial. McDougall afirmaba que dicho comportamiento se producía como consecuencia del instinto parental. Sin embargo, la primacía conductista que dominaba la Psicología social hizo que estas ideas no se considerasen muy populares. Tras casi un vacío de sesenta años, no fue hasta los años setenta del siglo pasado cuando se comenzaron a escribir monografías sobre el tema, y hasta mediados de los ochenta cuando el altruismo y la conducta de ayuda empezaron a aparecer como área de interés en los manuales de Psicología social.

Lo impactante es que un solo hecho hizo que la conducta de ayuda resultase atractiva para su estudio por parte de la Psicología social. Muchos autores coinciden en señalar la muerte, en 1964, de Kitty Genovese como el momento a partir del cual comenzó el interés por el estudio de la conducta de ayuda, a pesar de que se empezase a estudiar a finales de los años 50 (véase el Cuadro 14.1). Tras el vacío de los años precedentes, en los 15 años siguientes a este acontecimiento se publicaron más de mil trabajos de investigación sobre el tema.

Cuadro 14.1: *El asesinato de Kitty Genovese.*



Imagen de Kitty Genovese
y lugar donde se produjo la agresión

"La apatía en el apuñalamiento de la mujer del barrio de Queens conmueve a los inspectores de policía" (New York Times, 27-3-1964).

"37 personas que vieron un asesinato no llamaron a la policía" (New York Times, 27-3-1964).

"¿Quién puede explicar tal indiferencia en nuestros conciudadanos neoyorquinos?... Por desgracia, admitimos que no sabemos la respuesta" (New York Times, 28-3-1964).

El 13 de marzo de 1964, Catherine (Kitty) Genovese fue atacada por un violador con un cuchillo cuando regresaba a su apartamento de Nueva York, a las 3 de la madrugada. Ella gritó diciendo que la apuñalaban. Mientras los vecinos miraban desde las ventanas, ella estuvo intentando escapar durante 35 minutos. Cuando el atacante se marchó, alguien llamó a la policía, y al rato ella murió. A pesar de haber 38 personas presenciándolo desde las ventanas de sus apartamentos, ninguna fue capaz de llamar a la policía hasta 30 minutos después de que empezó. Se produjo una emergencia y nadie intervino para ayudar (traducido y adaptado de Cherry, 1995, pp. 17-18).

Esta situación llamó la atención de Latané y Darley, quienes comenzaron a investigar el *efecto del espectador*, del cual hablaremos más adelante. Su principal interés era averiguar *cuándo* las personas ayudaban y *cuándo no lo hacían*. Entre los años 70 y 80, el interés se centró en averiguar *por qué* se ayuda, lo que originó un debate sobre si se hacía por intereses personales o porque realmente se estaba motivado para satisfacer las necesidades del otro. Ha sido en los años noventa cuando se ha comenzado a estudiar por qué los individuos forman grupos para ayudar a otros y cuál es la mejor forma de gestionar el comportamiento de ayuda planificado. En este capítulo haremos un repaso de las explicaciones que los teóricos han dado a la génesis del comportamiento de ayuda, y de dicho comportamiento cuando se realiza de manera interpersonal y/o de forma grupal e intergrupal.

14.3 Conceptos básicos: conducta prosocial, conducta de ayuda, altruismo y cooperación

Los términos conducta prosocial, conducta de ayuda y altruismo se utilizan frecuentemente de forma intercambiable. Sin embargo, hay diversas características que los distinguen.

Conducta prosocial es un término general que se refiere a todos los comportamientos que benefician a los demás como, por ejemplo, reciclar la basura. Incluye los actos de ayuda, y puede estar basada en una mezcla de motivos altruistas y egoístas (Batson, Duncan, Ackerman, Buckley y Birch, 1981). La *conducta de ayuda* es más específica. Es la realización de una acción que beneficia o mejora el bienestar de otra persona en particular (Schroeder, Penner, Dovidio, y Piliavin, 1995) como, por ejemplo, ayudar a levantarse a alguien que se ha caído.

El *altruismo* es mucho más concreto. La palabra “altruismo” como tal (del francés *altruisme*, y éste del latín *alter*, “otro”) fue introducida en el lenguaje científico y filosófico por Comte para oponerla a la idea de *egoísmo*. Tendría un componente adicional a las conductas prosocial y de ayuda, y es que la motivación de la persona que realiza la ayuda se caracteriza por el énfasis en las necesidades del otro. Es “una atención desinteresada por el cuidado del bienestar de los demás” (*Webster New Encyclopedic Dictionary*, 1993), una acción que proporciona beneficios a otro sin la expectativa de recibir nada a cambio, y cuyo fin último es aumentar el bienestar de quien o quienes reciben la ayuda (Batson, 1998). En la definición de altruismo se pone el énfasis en la intención de quien realiza la ayuda: no ha de tener expectativas de recibir ningún beneficio personal. Algunos autores llegan a afirmar que, para definir un comportamiento como altruista, dicha conducta debe suponer un coste para la persona que realiza la ayuda (Rachlin, 2002). Tanto en los estudios sobre conducta de ayuda como en los de altruismo habitualmente se considera que es una sola persona la que necesita la ayuda, y quien se la presta tiene los recursos para poder llevarla a cabo.

Hay que tener mucho cuidado de no confundir estos términos. De hecho, uno de los grandes debates sobre el comportamiento de ayuda y el altruismo es si realmente somos capaces de ayudar a los demás sin pretender obtener nada a cambio. Sin embargo, parece ser que en los últimos años se ha acabado aceptando que el altruismo existe, a pesar de que siga quedando algún detractor (Pener y cols., 2005).

Un último concepto relacionado es el de *cooperación*. La cooperación incluye a dos o más personas que trabajan conjuntamente hacia una meta común que les beneficiará a todos. Esta es una característica clave, por ejemplo, para el trabajo en equipo (véase Gómez, 2004). En este capítulo nos vamos a centrar en los otros tres procesos.

14.4 Tres niveles de análisis en el estudio de la conducta de ayuda, la conducta prosocial y el altruismo

A continuación, pasamos a describir lo que será nuestro bloque central. En primer lugar, revisaremos las principales líneas teóricas que han tratado de explicar los orígenes de las tendencias prosociales de las personas: la Teoría de la evolución, las bases biológicas y genéticas de la conducta prosocial, el desarrollo de las tendencias prosociales y la personalidad. En segundo lugar, nos centraremos en la conducta prosocial a nivel interpersonal. En tercer y último lugar, dedicaremos un espacio muy breve a la conducta prosocial grupal e intergrupal.

Los orígenes de las tendencias prosociales en las personas: el nivel micro

Penner y cols. (2005) recogen aquí la investigación que se centra en averiguar los orígenes de las tendencias prosociales en los humanos y en conocer las causas de las diferencias individuales en este tipo de comportamientos.

Teorías de la evolución

Desde las teorías de la evolución, el altruismo se define en función de sus consecuencias. Los tres mecanismos principalmente propuestos desde esta perspectiva para explicar por qué las personas ayudan a los demás son la *selección por parentesco* (del inglés *kin selection*), el *altruismo recíproco* y la *selección de grupo*. Las tres explicaciones coinciden en afirmar que las tendencias prosociales existen en los humanos porque estamos genéticamente predispuestos a actuar prosocialmente, y por el éxito que ha acompañado a lo largo de la evolución a las personas que han realizado este tipo de comportamientos (Buss, 2004).

¿Ayudamos más a nuestros hermanos, o hijos, que a los desconocidos? La perspectiva de la *selección por parentesco* se basa en que lo realmente importante es el éxito en la transmisión genética a los miembros de la generación siguiente. Por tanto, la respuesta a la pregunta anterior desde este enfoque sería un rotundo Sí. Por ejemplo, los padres que prefieren el bienestar de sus hijos antes que el propio tienen mayor probabilidad de que sus genes se conserven, ya que sus hijos se encargarían de continuar la transmisión de esos genes. Esto se denomina *eficacia biológica inclusiva* (del inglés *inclusive fitness*). Desde esta perspectiva, la conducta altruista se produce porque suele existir algún beneficio para aquel que ayuda a sus parientes, y mayor será el beneficio cuanto más cercano sea el pariente (Hamilton, 1964). Sin embargo, muchos autores estarían en contra de defender que éste fuera un comportamiento verdaderamente altruista, ya que el donante obtiene un beneficio (véase, en este sentido, el Capítulo 2 de este manual). La literatura muestra que existe una correlación entre el porcentaje de genes que dos individuos comparten y la voluntad de ayudarse entre sí, así como que las personas están más dispuestas a ayudar a sus familiares que a quienes no lo son (Barret, Dunbar y Lycett, 2002).

Sin embargo, estos trabajos han recibido diversas críticas, como que el principio basado en la *norma de responsabilidad social* acerca de que hay que ayudar a los que dependen de nosotros (Berkowitz y Daniels, 1963) no fue controlado en dichos estudios, o que la concepción de familia no es igual en todas las culturas. En un estudio en el que intentaban determinar en qué condiciones influye más el parentesco o la norma de responsabilidad social, Burnstein, Crandall y Kitayama (1994) pedían a sujetos de dos culturas diferentes (norteamericanos y japoneses) que eligieran a quién querían ayudar entre varias personas (parientes y no parientes),

en una situación en la que dichas personas les hacían una petición de bajo riesgo o implicación (que les hicieran un recado), o de alto riesgo o implicación (que les salvaran de un incendio).

Los resultados, semejantes para ambas culturas, mostraron que en situaciones de vida o muerte predominan los criterios de parentesco, mientras que en situaciones cotidianas de bajo riesgo la gente se rige por la norma de responsabilidad social, y se ayuda más, por ejemplo, al enfermo que al sano y al pobre que al rico.

Ahora bien, ¿qué pasa cuando se dan situaciones de altruismo entre personas que no están emparentadas? Existe otra norma que puede facilitarnos explicar este otro tipo de comportamiento de ayuda. La *norma de reciprocidad* dice que deberíamos ayudar a quienes nos ayudan. Regan (1971) mostró cómo el simple hecho de que un sujeto experimental (que realmente era un cómplice del investigador) le trajera un refresco a otro entre dos sesiones de un experimento, hizo que este último le comprase más papeletas para un sorteo. Diversos autores han sugerido que el carácter casi ineludible y aparentemente universal de la norma de reciprocidad es una evidencia de su naturaleza innata. La norma de reciprocidad es muy fuerte y existen numerosos datos que muestran su influencia en culturas diferentes (Gergen, Ellsworth, Maslach, y Sipel, 1975, Schroeder y cols., 1995). Desde la perspectiva evolucionista, el concepto de *altruismo recíproco* acuñado por Trivers (1971) explica cómo este tipo de comportamiento ha podido evolucionar a pesar de suponer un cierto perjuicio para el altruista. De esta forma, el que ayuda puede tomar la decisión de ayudar a otro o no hacerlo bajo la previsión de que el otro le devuelva a él o a sus parientes la ayuda en un futuro. El principio de reciprocidad, además de ser universal, también se produce en otras especies, y los estudios primatológicos muestran que los que para su supervivencia dependen en mayor medida de la cooperación, comparten su comida con los que la compartieron con ellos en el pasado (De Waal, 1996; Hinde, 1983).

La literatura en este campo muestra que las personas están más dispuestas a ayudar a quienes les han ofrecido su ayuda anteriormente pero que, además, ayudar a otros incrementa el estatus de una persona dentro de su comunidad. Sobre este último aspecto existe incluso una teoría que defiende que, en ocasiones, ciertas personas están dispuestas a realizar acciones de ayuda muy costosas a pesar de que saben que dicha ayuda no se les devolverá. Sin embargo, que los demás sean conscientes de que el que realiza la ayuda tiene los recursos y la habilidad suficientes para poder ayudar aumentará la percepción que los receptores de la ayuda tienen del estatus de la persona que se la ha facilitado (McAndrew, 2002).

Aunque la Teoría del altruismo recíproco explica la conducta social entre amigos y vecinos, no predice una aplicación indiscriminada de dicho principio. Esta sólo aparecerá en una red de conocidos donde se hace más saliente tomar la perspectiva del otro (Batson, Turk, Shaw y Klein, 1995). En definitiva, parece explicar sólo el altruismo en grupos pequeños.

Pero no existe un solo tipo de reciprocidad. Bierhoff (2002) realizó una clasificación de los niveles de reciprocidad en función de la dependencia entre el donante y el receptor según cuatro pautas:

- *Pseudocontingencia*: la dependencia donante-receptor es mínima; por ejemplo, a alguien se le cae algo en la calle y se lo devolvemos, pero no le volveremos a ver más.
- *Contingencia asimétrica*: existe una dependencia unilateral y el receptor necesita la ayuda del donante; por ejemplo, alguien que necesita sangre y la recibe de un donante al que no conoce.
- *Contingencia reactiva*: comportamiento de ayuda en las emergencias.
- *Contingencia mutua*: el intercambio de conductas de ayuda como reciprocidad: “hoy por ti, mañana por mí”.

En realidad, la única situación que puede implicar una reciprocidad alta es la de contingencia mutua. En las otras tres, lo que puede suceder es que la persona que recibe la ayuda, ayude a su vez a otros en el futuro y, en ese caso, el nivel de reciprocidad iría aumentando de la pseudocontingencia (donde, por ejemplo, realicemos el mismo comportamiento prosocial o uno similar en el futuro), a la contingencia reactiva (por ejemplo, tratando de ayudar a los demás en una emergencia porque una vez fuimos nosotros los afectados).

Un tercer mecanismo para explicar la evolución del altruismo es *la selección de grupo*. Desde esta perspectiva, el éxito evolutivo se puede dar a nivel individual, pero también a nivel grupal. Según esta teoría, cuando dos grupos compiten entre sí, aquel que tenga más personas dispuestas a sacrificarse por su grupo de manera altruista, o a cooperar entre sí, será capaz de quedar por encima de un grupo en el que predominen las personas egoístas. Aunque durante mucho tiempo esta idea, sugerida inicialmente por Darwin, ha sido desechada por falta de apoyo empírico, actualmente ha sido retomada para contrarrestar el excesivo énfasis en los genes como único nivel de selección (véase el Cuadro 14.2).

Cuadro 14.2: *El origen del altruismo más allá de los genes.*



David Wilson
Universidad del Estado de Nueva York
en Binghamton



Elliott Sober
Universidad de Wisconsin
en Madison

David Wilson y Elliott Sober, principales promotores de la nueva etapa de la *selección de grupo*, defienden que la supervivencia selectiva de grupos donde predominaba la cooperación frente a aquellos en que prevalecía la competición ha sido característica de nuestra especie desde sus orígenes, y que esa selección de grupo en favor de la cooperación explica el desarrollo cognitivo y cultural del que tan orgullosos estamos los humanos (Sober y Wilson, 1998). Sin la cooperación entre los miembros del grupo sería muy difícil el pensamiento simbólico compartido y su transmisión social.

Este resurgimiento del grupo como un nivel más en el que actúa la selección natural ha sido muy bien recibido por algunos psicólogos sociales (p. ej., Caporael y Brewer, 1991; Caporael, Dawes, Orbel y van den Kragt, 1989), para quienes la perspectiva exclusivamente centrada en el gen resultaba un poco limitada.

Con este repaso, Penner y cols. (2005) manifiestan que la propuesta de considerar que las tendencias prosociales pasan de generación a generación vía genes tiene dos implicaciones. Primera, debería haber procesos fisiológicos o neurológicos que favorecieran que la conducta altruista tenga lugar. Y segunda, al menos algunos de los mecanismos que facilitan la conducta prosocial son heredados. De ahí el interés de tener en cuenta las bases biológicas y genéticas de la conducta prosocial.

Bases biológicas y genéticas de la conducta prosocial

Desde esta perspectiva se asume que en la mayoría de ocasiones no parece que las personas realicen la conducta prosocial reflexivamente, aunque sí existe un estado afectivo o emocional que antecede a dicha conducta. Los acercamientos a la conducta prosocial desde esta perspectiva se han basado en dos cuestiones: los *afectos biológicos en general*, y un aspecto afectivo en particular, *la empatía*.

El primero estipula que biológicamente existen afectos prosociales y afectos egoístas (Buck, 2002). Según este autor, el hemisferio cerebral izquierdo está más asociado con las conductas y emociones prosociales que el derecho, y dichas emociones y conductas facilitan la comunicación y la cooperación entre los miembros de una especie. Sin embargo, no parece que exista una clara evidencia empírica de esto.

El segundo de los acercamientos se refiere a la *empatía*, la cual consiste en la habilidad de ponerse en el lugar de los demás y ser capaz de experimentar sus mismas emociones. Está aceptado en la literatura que muchas respuestas empáticas preceden a conductas prosociales y que la empatía aparece en los humanos desde la más temprana infancia, lo cual llevaría a pensar que es algo innato. Preston y de Waal (2002) elaboraron el *Modelo de percepción-acción* para tratar de explicar la empatía desde el punto de vista de la neuroanatomía. De acuerdo con dicho modelo, si una persona presta atención al estado emocional de otra, esto activa una representación de dicho estado emocional que genera una respuesta asociada a dicho estado. Como las personas pasan mucho tiempo con sus familiares y amigos, el beneficio biológico de ayudarles sería el resultado de una adaptación de su sistema nervioso que les predispondría a experimentar empatía y a realizar conductas prosociales.



Stephanie Preston
Universidad de Iowa

A pesar de todo, no se ha identificado una zona concreta del cerebro donde esté localizada la empatía. De hecho, los investigadores no hablan de “zonas”, y menos de “órganos”, sino de sistemas interconectados para una habilidad concreta. De esta manera, no parece que exista una zona específica, sino varias, y las “neuronas espejo” son fundamentales para explicar esto. Se ha localizado en la corteza cerebral un grupo de neuronas con la capacidad de descargar impulsos tanto cuando una persona observa a otra realizar un movimiento como cuando es el propio individuo quien lo hace. A estas neuronas se las ha denominado *neuronas espejo* y forman parte de un sistema de percepción/acción, de modo que la observación de movimientos de la mano, boca o pie, activa las mismas regiones de la corteza motora que si se estuvieran realizando esos movimientos (Blakemore y Decety, 2001), a pesar de que esta activación motora no se transforme en movimiento.

La crítica a este modelo por parte de los psicólogos del desarrollo argumenta que el Modelo de percepción-acción es demasiado simple en la relación que establece entre los procesos neurológicos y la respuesta empática, y no tiene en cuenta los cambios a lo largo del desarrollo del individuo. Otros critican que el modelo no es aplicable a los múltiples contextos sociales en los que se producen los procesos de comunicación emocional y empatía, que no se distingue entre empatía, simpatía y malestar personal, y que no se contemplan las posibles consecuencias negativas de la empatía para el que la siente. Otras críticas se centran en aspectos más generales, como que el modelo no ha sido realmente experimentado ni en humanos ni en animales, y no hay ninguna teoría consistentemente probada.

El desarrollo de tendencias prosociales

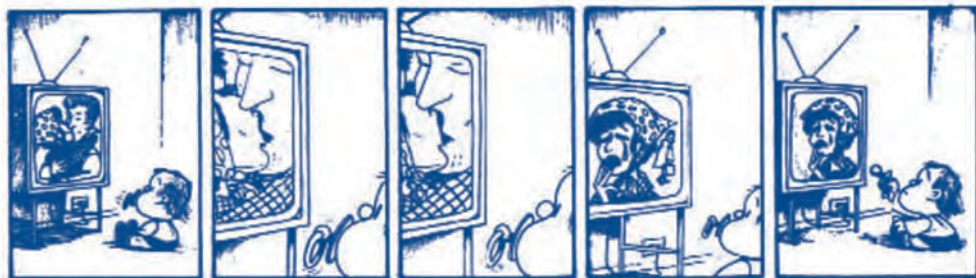
Una de las variables que, desde la Psicología del desarrollo, se ha relacionado con la conducta prosocial es el temperamento, ya que aparece en las primeras etapas de la vida del ser humano. El temperamento consiste en estilos de reacción ante las situaciones del ambiente, que aparecen desde las primeras etapas de la vida y tienen supuestamente un importante componente genético. El tipo de temperamento que posea un individuo no es por sí solo el causante del comportamiento prosocial, pero sí interactúa con otras variables. Se ha demostrado, por ejemplo, que las personas que tienen tendencia a mostrar emociones positivas también están más dispuestas a actuar prosocialmente. Por el contrario, las personas con propensión a mostrar emociones negativas, como ansiedad o tristeza, tendrían una menor tendencia a realizar comportamientos prosociales si no son capaces de controlar dichas emociones. Estos resultados se han demostrado especialmente en estudios realizados con niños (Eisenberg y cols., 2002; Grusec, Davidov y Lundell, 2002).

En la investigación realizada con adultos, existe evidencia de que las personas son más proclives a ayudar cuando están de buen humor. Diferentes investigaciones comprobaron que provocando un estado de buen humor la tendencia a ayudar aumentaba (Carlson, Charlin y Miller, 1988; Salovey, Mayer y Rosenhan, 1991). Sin embargo, el efecto positivo del “buen humor” tiene sus limitaciones en el tiempo y ayudar puede hacer incluso que se reduzca el buen humor (Isen y Simmonds, 1978). Lo que parece más claro es que, si pensamos que ayudar nos hará sentir mejor, es más probable que ofrezcamos nuestra ayuda. Desde la Psicología del desarrollo también se acepta que factores ambientales (como, por ejemplo, tener una madre que muestra empatía) están relacionados con el aumento en las tendencias de comportamiento prosocial. En el Cuadro 14.3 se exponen algunas otras variables que influyen en el desarrollo de la conducta de ayuda.

Cuadro 14.3: *Desarrollo de la conducta de ayuda durante la vida del individuo.*

La motivación para ayudar a otros no es exclusiva del ser humano adulto, sino que es evidente en los niños y también en muchas otras especies (de Waal, 1996). De hecho, las muestras de capacidad empática en niños recién nacidos han sido interpretadas como un indicio de que tenemos una predisposición innata para experimentar esa emoción, la cual está muchas veces ligada a la conducta de ayuda. Sin embargo, esa tendencia innata a reaccionar ante el sufrimiento de otra persona va desarrollándose a lo largo de la vida del individuo, gracias a la experiencia y la maduración sociocognitiva, hasta alcanzar su expresión adulta. Mientras que durante el primer año de vida los niños no distinguen entre el malestar de los demás y el suyo propio, con el tiempo van desarrollando la capacidad de ponerse en el lugar del otro hasta formarse una representación mental del malestar general de otras personas o grupos (Hoffman, 1978).

Continúa



Aparte de la ayuda motivada por la emoción empática, que sería de carácter espontáneo desde edades muy tempranas, otros motivos para ayudar van cambiando a lo largo del desarrollo. Según diversos autores (p. ej., Bar-Tal y Raviv, 1982; Cialdini, Kenrick y Baumann 1982), los niños pequeños, debido a su egocentrismo y su incapacidad para adoptar la perspectiva del otro, se mueven sobre todo por recompensas tangibles o por indicaciones expresas de los adultos (véase una revisión crítica de estas afirmaciones en Gaviria, 1998). Más tarde, otras recompensas menos materiales, como elogios u otras reacciones positivas, sirven para motivar la conducta de ayuda. Cuando el individuo ya ha aprendido las normas sociales sobre lo que es correcto e incorrecto en cuanto al comportamiento con los demás, se siente motivado a ayudar por la búsqueda de aprobación social, por la creencia de que su ayuda será correspondida en un futuro, y por el miedo a ser socialmente castigado si viola las normas y lo que se espera de él. Por último, las personas llegan a interiorizar las fuentes de motivación, y ayudan porque eso les hace sentirse mejor o porque quieren beneficiar al otro; valoran más los derechos y las necesidades de los demás y consideran que tienen una obligación moral de ayudar a alguien cuando lo necesita. El no hacerlo provoca efectos negativos en la propia imagen y un malestar emocional. Por supuesto, el llegar a esta última fase no implica que los factores que motivaban la conducta de ayuda en fases anteriores dejen de hacerlo. Hay muchos casos en que los adultos nos movemos más por recompensas tangibles que por refuerzos intrínsecos.

También se producen cambios en la forma de ver la conducta de ayuda. Los niños pequeños consideran más valiosa la ayuda que es recompensada que la que no lo es, y por tanto se fijan más en las consecuencias de la conducta para el que ofrece la ayuda, mientras que los adultos se fijan más en las intenciones, valorando más la ayuda que se ofrece sin espera de recompensas (Leahy, 1979).

En el desarrollo de la conducta prosocial en general intervienen fundamentalmente tres procesos: la maduración socio-cognitiva, la socialización y el aprendizaje a través de la interacción con los iguales. Los tres están relacionados entre sí, de manera que hay determinadas cosas que no se pueden aprender hasta alcanzar un determinado nivel de maduración cognitiva y, al mismo tiempo, el progresivo conocimiento de lo que es valorado y rechazado socialmente, así como la experiencia de lo que resulta apropiado en cada situación, adquirida en la relación con otros, van modelando la visión del mundo, de los demás y de uno mismo (Gaviria, 2003). La socialización y el aprendizaje enseñan al niño los beneficios del comportamiento prosocial y, una vez que lo ha aprendido, actuará prosocialmente sin necesidad de refuerzos externos o indicaciones expresas de los adultos. Por otra parte, el actuar de forma prosocial repetidas veces puede hacer que los niños lleguen a atribuirlo a que son altruistas (cuando su nivel de maduración cognitiva les permita hacer atribuciones de ese tipo), y esta autoatribución les impulsará a comportarse en esa dirección, aun en ausencia de refuerzos externos (Grusec, 1991).

En resumen, aunque nacemos con una predisposición a sentir empatía hacia los demás, esa tendencia no se traduce en conducta altruista de forma automática, sino que son necesarios los procesos madurativos y experienciales que acabamos de mencionar, igual que lo son para otras conductas como andar, hablar o enamorarnos.

Personalidad y conducta prosocial

Parece ampliamente aceptado que existen diferencias individuales en las tendencias a comportarse de manera prosocial y a empatizar. Sin embargo, la idea de que estas diferencias se deben a la personalidad y que serían estables a lo largo de la vida, es algo que sólo se ha tomado realmente en serio desde mediados de los años noventa del siglo pasado.

Parecen existir ciertos rasgos de personalidad que disponen a las personas a ayudar en cierto tipo de situaciones. Por ejemplo, Satow (1975) encontró que las personas con necesidad de aprobación tendían a donar más dinero a las asociaciones benéficas, pero sólo cuando alguien les estaba mirando. Bierhoff, Klein y Kramp (1991) realizaron un estudio más detallado para tratar de identificar si existe una *personalidad altruista* y, en el caso de ser así, cuáles serían sus características. Los autores compararon dos grupos de personas que habían presenciado un accidente de tráfico. La característica que les diferenciaba era que hubieran ayudado o no a la víctima antes de que llegase una ambulancia. En el estudio controlaron que el sexo, la edad y la clase social de los participantes fueran homogéneos. Observaron cinco diferencias entre las personas que ayudaron y las que no lo hacían. Las que ofrecieron ayuda:

1. Tenían un autoconcepto alto en empatía.
2. Creían firmemente en un mundo justo.
3. Se sentían socialmente responsables.
4. Mostraban un locus de control interno (las personas con un locus de control interno piensan que las cosas no están a merced de la suerte, sino que dependen de ellos mismos).
5. Y, por último, eran menos egocéntricas.

Oliner y Oliner (1988) muestran que estas cinco características eran propias de las personas que ayudaron a los judíos en los años 40 durante la persecución de los nazis, pero además se encontraron otras diferencias.

Cuadro 14.4: El trabajo de Oliner y Oliner (1988).

Los autores realizaron su estudio comparando a 406 personas que habían rescatado a judíos en la época del holocausto con otros 126 que no lo hicieron. Las personas de la primera muestra, es decir, los que ayudaron a los judíos, enfatizaban la educación que habían recibido de su familia, la comunidad, y su grupo religioso, así como la responsabilidad de ayudar a los que lo necesitan. Otros también aludían a la empatía y a la compasión como posibles causas de haber realizado dicho comportamiento.

Sin embargo, Taylor, Peplau y Sears (1994), entre otros, reconocen que los esfuerzos por identificar un perfil de personalidad altruista no han obtenido grandes resultados.

No fue hasta mediados de los años noventa cuando se comenzó a prestar más atención a esta cuestión. Algunos de los motivos que justifican este retraso son, por ejemplo, la falta de interés en buscar correlatos del comportamiento prosocial con factores de personalidad, o que las diferencias de personalidad no son buenas predictoras del comportamiento en los estudios clásicos del *efecto del espectador*, que muy pocos estudios consideran la interacción entre variables de personalidad y el efecto del contexto social, etc. De esta manera, era imposible llegar a pensar que existiera un tipo de personalidad altruista o prosocial (porque no se realizaban estudios a tal fin). Sin embargo, resultados actuales indican que parece haber una consistencia por parte de ciertas personas en la predisposición a comportarse de manera prosocial, y/o a mantener estables determinadas características de personalidad, llegando a comportarse de la

misma manera con el paso de los años. Esto se ha comprobado en estudios longitudinales con niños desde los 3 hasta los 21 años (Caspi, 2000; Caspi y cols., 2003), y con mujeres desde los 21 a los 52 años (Roberts, Helson y Klohnen, 2002). Puede verse un ejemplo en el Cuadro 14.5.

Cuadro 14.5: *La relación entre la personalidad prosocial y el juicio moral prosocial.*



Nancy Eisenberg
Universidad del Estado
de Arizona

En un ejemplo de estudio longitudinal, Eisenberg y cols. (2002) mostraron la relación entre la personalidad prosocial y el juicio moral prosocial.

Los investigadores realizaron una serie de entrevistas a personas de 21 años y a sus amigos durante cinco años (hasta los 26). La estrategia consistía en comparar las respuestas de los sujetos objeto de estudio con lo que decían sus amigos para saber hasta qué punto sus afirmaciones resultaban consistentes.

Encontraron que la disposición a realizar comportamientos prosociales estaba relacionada con la capacidad de ponerse en el lugar del otro y con las respuestas prosociales que exhibieron cuando eran más jóvenes. Otros estudios muestran que, cuando una persona tiene una predisposición para comportarse de manera agradable con los demás, y/o tiene tendencia a manifestar empatía, se traduce en comportamientos prosociales como la donación y el voluntariado (Davis, 1994).

De hecho, incluso se ha llegado a plantear lo que el equipo de Penner llamó *personalidad prosocial*, la cual se caracterizaría por mantener una preocupación por el bienestar de los demás, sentir compasión por los otros, y actuar guiado por dichos motivos para ayudar a las personas a conseguir y mantener dicho bienestar (véase el Cuadro 14.6, donde se propone una medida de la personalidad prosocial).

Cuadro 14.6: *Una medida de la personalidad prosocial.*



Louis Penner
Universidad de Michigan

Penner, Fritzsche, Craiger y Freifeld, (1995) desarrollaron una medida de la personalidad prosocial basada en dos factores: uno que se refiere a pensamientos y sentimientos prosociales, como la empatía cognitiva y afectiva y la responsabilidad hacia las necesidades de los demás, y el otro que se denominaría amabilidad y que mide la experiencia pasada y presente sobre la ayuda que se ha realizado a otros. La amabilidad se refiere a la propia autoimagen del individuo como alguien que ayuda a los demás y que es competente. Ambas dimensiones están positivamente relacionadas con la tendencia a mostrarse como una persona agradable, ponerse en el lugar del otro, con conductas de ayuda interpersonal y acciones de voluntariado (véase, por ejemplo, Finkelstein, Penner y Brannick, 2005), con factores que describían a las personas que ayudaron a los judíos durante el holocausto, y con descripciones de sujetos que Colby y Damon (1992) identificaron como ejemplos de personas altruistas mediante entrevistas e historias de vida de personas moralmente ejemplares.

Parece, por tanto, que existen rasgos de personalidad relacionados con la conducta prosocial. Sin embargo, no se sabe por qué llevan a comportarse de manera prosocial.

La conducta interpersonal: el nivel meso

El centro de interés de este tipo de investigaciones es la conducta de las personas que dan o reciben ayuda en un contexto específico. El objetivo de estudio es tratar de explicar el comportamiento de ayuda a nivel interpersonal. En este apartado trataremos de dar respuesta a cinco preguntas: *¿por qué ayudamos a los demás?*, *¿quién es más probable que ayude a otros?*, *¿a quién es más probable que ayudemos?*, *¿cuándo ayudamos?* y, por último, *¿todo el mundo quiere que se le ayude?*

¿Por qué ayudamos a los demás?

En las décadas de los 80 y 90 del siglo pasado, la principal preocupación de los psicólogos en el área de la conducta de ayuda, la conducta prosocial y el altruismo, fue dar respuesta a por qué ayudamos a los demás. Se propusieron principalmente tres mecanismos explicativos: el *aprendizaje*, los *valores morales sociales y personales*, y la *activación o la emoción*, como, por ejemplo, la empatía.

La explicación relativa al *aprendizaje* aplica los principios del condicionamiento operante y del aprendizaje social para justificar la adquisición de las destrezas necesarias para realizar comportamientos de ayuda y la capacidad de decisión sobre cuándo utilizar dichas habilidades para ayudar a otros. La perspectiva del aprendizaje propone que las personas aprenden a ayudar por los principios del refuerzo y el modelado. Según el *Principio del refuerzo*, aprenderemos a ayudar si somos reforzados por ello. En cuanto al *modelado*, los programas de televisión podrían fomentar la conducta de ayuda a través de modelos. Simplemente diciendo “gracias”, aumentamos la probabilidad de que la persona que ha realizado el comportamiento de ayuda vuelva a ayudar, y no sólo a nosotros, sino también a otras personas.

En lo referente a los *valores morales sociales y personales*, normas tales como la *responsabilidad social* y la *reciprocidad*, de las cuales hablamos en el apartado sobre las Teorías de la evolución, pueden ser motivos suficientes para ayudar. Por ejemplo, como un medio para mantener una autoimagen positiva, para conseguir alcanzar los propios ideales o satisfacer necesidades personales (Dovidio, 1984). La investigación muestra que ésta es una de las principales justificaciones de las motivaciones que llevan a los voluntarios a ayudar a los demás. La *perspectiva basada en los valores morales sociales y personales* postula que hay unas normas que tenemos interiorizadas y que nos dictan cuándo deberíamos ayudar a una persona. Desde esta perspectiva, los factores sociales son más importantes que los biológicos para explicar el comportamiento altruista.

Schwartz (1977) trabajó sobre la diferencia entre las normas sociales y las personales. Para Schwartz, las personas construyen las normas para situaciones específicas, por lo que podrían ser diferentes en el mismo individuo en situaciones distintas. Si esto es así, las personas con estructuras de valores más estables tenderían a comportarse igual en la mayoría de las situaciones. Más adelante, Schwartz y Howard (1981) proponen su *Modelo procesual de altruismo*, con cinco pasos:

1. *Atención*: en este primer paso alguien se da cuenta de que otra persona necesita ayuda, se selecciona una acción altruista y el individuo se autoatribuye la competencia necesaria para llevarla a cabo.
2. *Motivación*: en este segundo paso el sujeto se construye una norma personal y se genera el deber moral de ayudar.

3. *Evaluación*: ahora es el momento en el que la persona compara los costes y los beneficios de ayudar.
4. *Defensa*: es la evaluación anticipada que puede realizar alguien de qué sucedería si no se toma la decisión de ayudar, lo cual obviamente reduce la probabilidad de hacerlo.
5. *Conducta*: es la decisión final, en la cual puede influir un efecto *boomerang* y las personas con gran probabilidad de comportamiento altruista no ayudarán, si piensan que intentan aprovecharse de ellos.

Pero, además de estas normas sociales, las personas también desarrollan *normas de justicia social*. Una de las principales es la de *equidad*: dos personas que hacen una misma contribución a algo deberían tener la misma recompensa. Por ejemplo, existen estudios que muestran que las personas que han recibido más recursos, o que han ganado más dinero en un juego, tienden a dar parte al que ha perdido para tratar de restaurar la equidad (Schmitt y Marwell, 1972; Walster, Walster y Berscheid, 1978). Las normas de reciprocidad y justicia social, parecen comunes en todas las sociedades. Como ya comentamos, la *norma de responsabilidad social* dice que debemos ayudar a quienes dependen de nosotros. Sin embargo, esta “obligación” no es universal, y puede haber diferencias culturales (Miller y Luthar, 1989). Mientras que en unas culturas existe la norma moral de ayudar, en otras es cuestión de libre elección. Asimismo se ha estudiado cómo influye el que se trate de una cultura individualista o colectivista. Bontempo, Lobel y Triandis, (1990) encontraron que, aunque no había diferencias en una serie de conductas de ayuda entre una muestra de estudiantes norteamericanos (cultura individualista) y otra de estudiantes brasileños (cultura colectivista), mientras los primeros mostraron poco entusiasmo por realizar este tipo de conductas, los segundos disfrutaron con ello.

El tercero de los mecanismos, es decir, *la activación y la emoción*, tiene que ver con la importancia de los aspectos emocionales en el comportamiento de ayuda. Las personas se activan ante el malestar de los demás, y éste es un aspecto que aparece en todas las culturas (Eisenberg y Fabes, 1991). Las teorías que se basan en estos principios defienden que, cuando las emociones se activan, las personas pueden ayudar a los demás, pero pueden hacerlo por dos motivos distintos. Pueden ayudar para reducir su propio malestar, lo cual se interpretaría como una motivación egoísta. El principal representante de esta línea de investigación es Robert Cialdini. Pero es posible que ayuden porque lo que hacen es ponerse en el lugar del otro, es decir, por una motivación altruista. El principal defensor de este argumento es Daniel Batson.

Desde la perspectiva de la motivación egoísta, el equipo de Cialdini propuso el *Modelo del alivio del estado negativo*. Según este modelo, las personas ayudan para obtener refuerzo, evitar castigo, o librarse de un estado emocional negativo. Esto significaría que, al no poner el énfasis en solucionar el problema de la persona que necesita la ayuda, la motivación que lleva a realizar la acción de ayudar es egoísta. Cuando experimenta sentimientos de culpa o de tristeza al ser testigo del daño recibido por otra persona, el individuo se siente motivado a reducir su estado emocional negativo (el del observador, no el de la persona que necesita la ayuda). Una de las formas de hacerlo es ayudando, si cree que eso reducirá el malestar. Pero si se encuentra otra posibilidad para reducir dicho malestar, no ayudará. Según este modelo, el estado emocional negativo puede producir comportamiento de ayuda independientemente de a qué se atribuya el problema de la víctima (ya que se pone el énfasis en el sí mismo), y la conducta de ayuda sólo es una alternativa para solucionar la activación negativa. Los defensores de esta perspectiva no sólo plantean que la motivación por la cual ayudamos es egoísta, sino que además no existe relación entre la conducta de ayuda y la motivación empática.

Existen diversas definiciones de empatía. *Empatía* es la capacidad que consiste en inferir los pensamientos y sentimientos de otros, lo cual genera sentimientos de simpatía, comprensión y ternura (Batson y cols., 1997). También se ha definido como una habilidad social que permite a la persona anticiparse a lo que otras personas piensan y sienten, para poder comprender y experimentar su punto de vista. Hoffman (1987) incluso decía que se trataba de una respuesta afectiva más acorde con la situación de otra persona que con la de uno mismo. En general se acepta que existen dos tipos de empatía: *cognitiva* y *emocional*. La *empatía cognitiva* se refiere a tomar la perspectiva de la otra persona, es decir, ponerse en su lugar. La *empatía emocional* tiene dos variantes y consiste en tratar de experimentar las mismas respuestas emocionales que experimenta la otra persona (*empatía paralela*), o reaccionar emocionalmente ante las experiencias que esa otra persona está viviendo (*empatía reactiva*). El primero de los tipos de empatía es lo que se ha considerado con ese mismo nombre, es decir, empatía, o también *toma de perspectiva*. La empatía emocional se conoce como *simpatía*, *respuesta emocional* o *toma de perspectiva afectiva*.

Parece consistentemente probado que la preocupación empática produce comportamiento de ayuda motivada altruistamente. Con este punto de partida, queremos destacar tres aspectos en lo que a la empatía se refiere. Primero, existen pruebas de que la empatía produce efectos positivos cuando se utiliza en un contexto interpersonal. Segundo, también existen importantes resultados que demuestran su aplicación al contexto intergrupar. Y tercero, se puede entrenar (véanse los cuadros 14.7, 14.8 y 14.9).

Cuadro 14.7: *La empatía produce efectos positivos cuando se utiliza en un contexto interpersonal.*



Daniel Batson
Universidad de Kansas

Quizá el mejor ejemplo sea el trabajo de Batson y cols. (1997) Los autores realizaron tres estudios donde inducían empatía hacia una mujer joven con SIDA, un vagabundo o un sentenciado a muerte. Los resultados mostraron que en los dos primeros casos mejoraron las actitudes de los participantes no sólo hacia el individuo en cuestión, sino hacia el grupo afectado como un todo. En el tercer caso, no se produjo un cambio inmediato, pero las actitudes hacia el condenado mejoraron una o dos semanas después. Batson ha realizado más estudios en años posteriores demostrando que es posible mejorar la actitud hacia un individuo mediante la manipulación empática, y que los beneficios se extienden al grupo como un todo. El problema es que las actitudes no siempre se convierten posteriormente en comportamientos.

Sin embargo, Batson, Chang, Orr y Rowland (2002) realizaron un estudio donde mostraron que inducir empatía también tenía un reflejo en el comportamiento.

En el estudio se les presentaba a los participantes una entrevista con una adicta a la heroína y después se les solicitaba su opinión acerca de unos fondos que una determinada Agencia del Senado debía destinar a la ayuda de otros drogadicitos. Mientras que a unos sujetos se les decía que fueran objetivos al escuchar el mensaje, a otros se les hacía que tomaran la perspectiva de la drogadicita. Cuando se indujo empatía a los participantes, no sólo mejoraron su actitud hacia otros drogadicitos, sino que también estuvieron de acuerdo con otorgar una ayuda económica mayor para otros drogadicitos que aquellos a los que no se les había inducido la empatía.

Cuadro 14.8: *Aplicación al contexto intergrupal.*

Stephan y Finlay (1999) realizaron una revisión de los estudios que apoyaban el hecho de que utilizar la empatía en las relaciones entre grupos podía reducir el prejuicio y mejorar las relaciones intergrupales. Argumentaban que el efecto positivo de la empatía en un contexto intergrupal se puede deber a que podría reducir las diferencias intergrupales y la ansiedad ante una posible situación de interacción, ya que al tener que ponerse en “la piel” del otro grupo, éste se vería como más cercano.

Finlay y Stephan (2000) proporcionaron información a 141 estudiantes sobre los incidentes de discriminación que se producen habitualmente en contra de los afroamericanos. Compararon una condición de control (en la que no se pedía a los participantes que empatizaran con el exogrupo) con otra de manipulación (toma de perspectiva), en la que se les pedía que empatizaran con los miembros del grupo discriminado. Los sujetos que participaron en la condición de manipulación mostraron menos prejuicio hacia los afroamericanos que los que se sometieron a la condición de control.

Una de las escalas de empatía más utilizadas es el *Índice de Reactividad Interpersonal* (IRI) de Davis (1980, 1983). La escala consta de 28 ítems con un formato de respuesta de 0 a 4, donde el sujeto ha de responder hasta qué punto cada uno de esos ítems le podrían describir a él (véase Gómez, 2006, donde se incluye la escala completa).

Esta medida consta de 4 subescalas:

1. *Fantasia (F)*: mide la tendencia del individuo a identificarse con personajes de libros, películas y juegos.
2. *Toma de Perspectiva (TP)*: es la tendencia o habilidad para adoptar la perspectiva o el punto de vista de otra persona.
3. *Preocupación Empática (PE)*: tendencia a experimentar sentimientos de compasión y preocupación, sobre todo por aquellos que sufren consecuencias negativas.
4. *Angustia Personal (AP)*: Sentimientos de disconformidad y ansiedad cuando se es testigo de las experiencias negativas de otros.

Cuadro 14.9: *La empatía se puede entrenar.*

Una de las ventajas de la empatía es que se puede entrenar a las personas a que la sientan a través de ejercicios de *role-playing* (Barak, 1990; Erera, 1997). Lo que, por ejemplo, se hace, es utilizar unas instrucciones para que el sujeto empatice con alguna persona (como decirle, por ejemplo, “trate de ponerse en el lugar de la otra persona”, “intente sentir lo que estaría sintiendo cierta persona en determinada ocasión” y, si además se le pide que lo visualice o que lo escriba, todavía puede resultar más eficaz). Después se compara a los sujetos que han recibido este tipo de instrucciones con otros a los cuales no se les ha realizado la manipulación empática. Los resultados muestran que se ayuda más a otras personas cuando se han recibido instrucciones para empatizar con ellas.

¿Quién es más probable que ayude a otros?

Hay dos aspectos particulares que han llamado la atención a los psicólogos sociales: ¿ayudan más las mujeres que los hombres? y ¿se ayuda por igual en todas las culturas? La respuesta a la segunda de las preguntas es negativa, pero no podemos dar una solución tajante a la primera, ya que depende de diversas variables como veremos a continuación.

Hay una inconsistencia general en la literatura sobre si los hombres ayudan más que las mujeres o es al revés. Existe el estereotipo de que las mujeres ayudan más que los hombres. Esto se debe, según Eagly y Crowley (1986), a que las propias mujeres creen que ayudan más que los hombres. Esta creencia se ve apoyada por los resultados sobre empatía que, como sabemos, está asociada a la conducta de ayuda. Diversos estudios muestran que las mujeres son más empáticas que los

hombres y que los hombres son más indiferentes que las mujeres (Zahn-Waxler, Robinson y Emde, 1992), correspondiendo con el estereotipo de que las mujeres son el género prosocial (Eagly, 1987). Otra prueba a favor de este argumento son los estudios que utilizan el cuestionario de empatía emocional de Mehrabian y Epstein (1972), los cuales muestran que existen diferencias de género (algunos ejemplos de preguntas de esta escala son: “tiendo a verme emocionalmente envuelto en los problemas de mis amigos”, “ver a la gente llorar me preocupa mucho”, “no me puedo sentir bien si las personas que me rodean están deprimidas”). Por otro lado, Eisenberg y Lennon (1983) realizaron un meta-análisis de 16 estudios que lo demostraba. Estudios posteriores utilizando el *Índice de Reactividad Interpersonal*, IRI, mostraron mayor preocupación empática en las mujeres que en los hombres. Sin embargo, en las medidas fisiológicas y no verbales de la empatía no se han encontrado diferencias de género (Fabes, Eisenberg, Karbon, Troyer y Switzer, 1994). Otro grupo de estudios que apoyarían que las mujeres son más altruistas, o al menos, que ayudan más que los hombres, son los que se han ocupado del sentimiento de culpa. Las mujeres tienen más sensación de culpa que los hombres, y esto podría hacer que fueran más tendientes a ayudar (Bybee, 1998).

La superioridad de las mujeres se vería respaldada también por el hecho de que reflexionan más sobre las respuestas a este tipo de incidentes (los que precisan de ayuda) que los hombres. Algunos estudios muestran incluso que, cuando la acción altruista implica un alto coste, las mujeres son más altruistas. Sin embargo, cuando el coste es bajo, los hombres las superan.

No obstante, a pesar de toda esta investigación, parece ser que realmente depende del *tipo de ayuda* y de que se tenga en cuenta el *rol social* (la función que la persona desempeña independientemente de que sea hombre o mujer). Respecto al *tipo de ayuda*, se asume que es más probable que intervengan los hombres en situaciones peligrosas, que incluyen iniciativa y una intervención activa. Un meta-análisis de 99 estudios empíricos confirmó que los hombres ayudaban más que las mujeres en este tipo de situaciones (Eagly y Crowley, 1986). Además, la probabilidad de recibir ayuda en estos casos era mayor en el caso de las mujeres que en el de los hombres. Esto está en la línea del sexismo benevolente (véase el Capítulo 9 sobre estereotipos de género). La otra respuesta nos la da tener en cuenta el *rol social del género*. Por ejemplo, pensemos en una mujer bombero, policía o médico. A pesar de enfrentarse a situaciones peligrosas y/o de emergencia, no debería haber diferencias en su tendencia a ayudar con respecto a un hombre, porque forma parte de su trabajo.

Respecto a si se ayuda por igual en todas las culturas, existen diferencias culturales en el comportamiento prosocial (véase Cuadro 14.10).

Cuadro 14.10: *Diferencias culturales en el comportamiento de ayuda.*

Feldman (1968) realizó uno de los primeros trabajos sobre diferencias culturales en comportamientos de ayuda. Lo llevó a cabo en París, Atenas y Boston. El escenario consistía en apelar a la buena voluntad de alguien para que enviase una carta que ya estaba sellada. El que pedía la ayuda (cómplice del experimentador) era un extranjero o alguien del propio país. Mientras que la persona nativa recibió ayuda en el 85% de las ocasiones en Boston, el 68% en París y el 12% en Atenas, en el caso de un extranjero fue de 75% en Boston, 88% en París y 48% en Atenas. El estudio muestra que existen diferencias culturales a la hora de ayudar a los demás, y que estas diferencias se manifiestan cuando se ayuda a las personas del propio grupo, pero también en el caso de que quienes reciben la ayuda pertenezcan a un exogrupo.

Leung y Bond (1984) mostraron que, mientras que chinos y japoneses son más tendientes a ayudar a otras personas de su propio grupo que los norteamericanos, cuando se trata de ayudar a alguien que pertenece a otro grupo, el resultado se invierte.

¿A quién es más probable que ayudemos?

El comportamiento de ayuda está influido por las características de la persona que necesita dicha ayuda. La literatura muestra que, en general, ayudamos más a quienes encontramos atractivos y/o nos gustan, a quienes son similares a nosotros, a las personas de nuestro propio grupo, y a quienes merecen que se les ayude.

Respecto al atractivo físico, Benson, Karabenick y Lerner (1976) realizaron un estudio en el cual simulaban que una persona había dejado olvidada en una cabina de teléfonos una solicitud para ingresar en un instituto rellena y dispuesta para ser enviada. Cuando la foto que aparecía en la solicitud correspondía a una persona atractiva había más probabilidad de que el que la encontrase la enviara (47%) que si no era atractiva (35%).

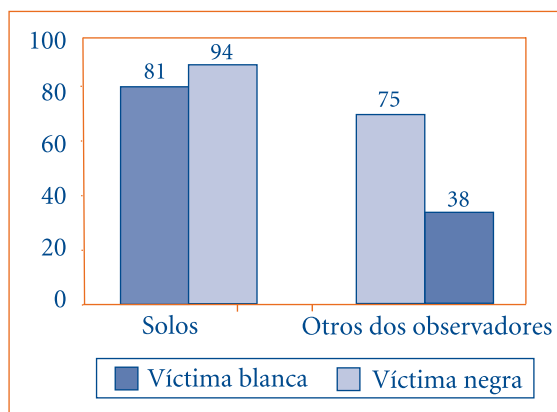
Para mostrar el efecto que tiene el que otros nos gusten o no sobre la decisión de ayudarles, Shaw, Borough y Fink (1994) realizaron un estudio en el cual un hombre llamaba por teléfono a alguien y le aseguraba que lamentaba haberse equivocado de teléfono. Le explicaba que estaba utilizando su última moneda y pedía el favor de que quien contestaba llamase al teléfono correcto y diera un mensaje a su pareja. El teléfono al que debía llamar era en realidad el de otro cómplice del experimentador. En la mitad de los casos el que pedía el favor decía que su pareja era una mujer y en la otra mitad decía que su pareja era otro hombre (por lo tanto, era homosexual). Cuando daba a entender que era homosexual, quien contestaba al teléfono ayudaba en menos ocasiones (tanto si éste era hombre como si era mujer) que cuando era heterosexual. Obviamente, estos dos últimos estudios se realizaron hace 29 y 11 años respectivamente, por lo cual la actitud hacia la homosexualidad era bastante más negativa de lo que es ahora, pero nos sirven para ilustrar el mensaje que queríamos transmitir.

En cuanto a la semejanza, se tiende a ayudar más a un extraño pero que es del propio país (ya que, al fin y al cabo, compartimos con él la pertenencia a una categoría) que si además de extraño es extranjero (véase Cuadro 14.10). Otra forma en la cual la semejanza puede influir sobre el comportamiento de ayuda es el proceso de atribución de responsabilidad a la víctima. Lo habitual es que la probabilidad de ayudar a alguien sea mayor si el problema es debido a cuestiones ajenas a la víctima. Sin embargo, si esa víctima es semejante a nosotros, se puede despertar la sensación de que nos podría pasar igual. Ante esto podemos utilizar dos mecanismos de defensa: la *represión* (evitar o negar esa amenaza) o la *sensibilización* (preocuparse por la amenaza, pero controlarla centrándose en la causa de lo ocurrido). Si el que necesita ayuda es similar a nosotros tenderemos a ayudar, pero si no podemos hacerlo, una forma de controlar las emociones es no percibir a la otra persona como semejante o culparla de lo que le sucede.

Una cuestión íntimamente ligada a la semejanza es la de la convivencia de las diferentes razas y nacionalidades en las grandes ciudades debido a la inmigración. En un estudio clásico, Gaertner y Dovidio (1977) hicieron que un participante blanco escuchara “por casualidad” un accidente grave que sufría una persona que trataba de enviarle un mensaje desde una sala contigua a la suya. Las variables independientes del estudio eran dos, con dos niveles: el número de observadores (el participante era el único en la sala, o había otros dos observadores) y el grupo étnico de la víctima (blanco vs. negro). Según el fenómeno de la difusión de responsabilidad (que, como veremos más adelante, consiste en la inhibición del comportamiento de ayuda que se produce ante la presencia de otras personas), los participantes deberían ayudar más a la víctima cuando estaban solos, ya que no habría otras personas que pudieran hacerlo. El resultado fue, efectivamente, que ayudaron más en la condición en que estaban solos (cumpliendo la hipótesis). Sin embargo, ayudaron más cuando la víctima era negra que cuando era blanca. No obstante, cuando creían que había otros dos observadores, ayudaron en más ocasiones

cuando la víctima era blanca que cuando era negra (a pesar de estar influidos por la difusión de responsabilidad). Sólo se confirma entonces el efecto de semejanza cuando hay observadores. Gaertner y Dovidio interpretan que cuando el sujeto está solo, las normas personales de obligación moral serían violadas si se negase a ayudar a alguien de otro grupo étnico. Sin embargo, cuando hay más personas, no ayudar a la víctima puede justificarse porque hay otras personas (difusión de responsabilidad) en lugar de por racismo. Esta sería una característica del racismo aversivo (Gráfico 14.1), que será descrito con más detalle en el capítulo dedicado al estudio del prejuicio.

Gráfico 14.1: Resultados del estudio de Gaertner y Dovidio (1977) sobre conducta de ayuda y racismo.



Sobre ayudar más a las personas del propio grupo que a las de otros grupos, Emswiller, Deaux y Willits, (1971) mostraron cómo los hippies era más probable que ayudasen a otros hippies que a quienes no compartían sus costumbres. El razonamiento de Cialdini, Brown, Lewis, Luce y Neuberg (1997) es que ayudar a alguien con quien se tiene un sentimiento de identidad compartida por alguna razón (como, por ejemplo, porque pertenezca a tu grupo) no puede ser visto como altruismo, porque ayudar al otro sería como ayudarse a uno mismo.

Y por último, también es más probable que las personas ayuden a quienes se cree que merecen ayuda. Bickman y Kamzan (1973) encontraron que en un supermercado era más probable dar dinero para comprar alimentos de primera necesidad que otro tipo de alimentos cuando alguien solicitaba ayuda. Piliavin, Rodin y Piliavin (1969) advirtieron que era más probable que se ayudase a una persona en el metro si parecía enferma que cuando parecía drogada. En este sentido, también se pueden hacer inferencias a través de la *Teoría de la atribución*: es más probable que ayudemos a alguien si creemos que el problema que tiene está fuera de su control. Las atribuciones afectan a las reacciones emocionales hacia la persona que necesita ayuda. Por ejemplo, algunos estudios han indicado que los estudiantes mostraban más simpatía y menos irritación hacia un amigo que había tenido un problema académico que estaba fuera de su control, que cuando había sido responsable del problema. Pensemos en una situación en la que un amigo nuestro suspende un examen porque, aunque ha sacado un 5,5 sobre 10, el profesor decide que se aprueba a partir de la nota media de todo el grupo de clase (y en nuestro grupo la media fue de 6). Esa decisión estaría fuera del control de nuestro amigo. Sin embargo, imaginemos que hubiera sacado un 3,5 por no haber estudiado. Seguramente, nos será mucho más fácil empatizar con él en la primera ocasión que en la segunda.

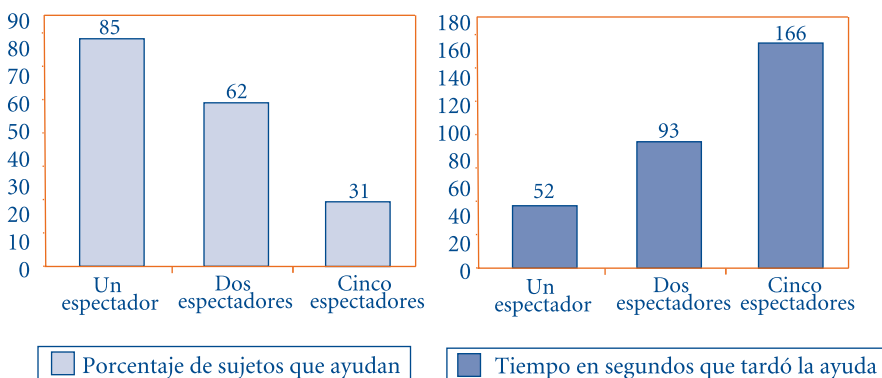
¿Cuándo ayudamos?

El primer modelo que trató de explicar cuándo ayudamos a los demás surgió motivado por las investigaciones realizadas tras el incidente de Kitty Genovese. Desarrollado por Latané y Darley (1970) es el denominado *Modelo de decisión sobre la intervención en emergencias*. Según Darley y Latané (1968), en el caso de Kitty Genovese los vecinos podrían haber pensado que alguien había llamado al servicio de emergencias y por eso no lo hicieron. El modelo proponía que el hecho de que una persona ayude o no depende de una serie de decisiones que incluyen reconocer que algo pasa, que la situación realmente requiera que alguien ayude, tomar la responsabilidad personal de ayudar, considerarse capaz y decidir cómo hacerlo (véase Cuadro 14.11).

Cuadro 14.11 El efecto espectador.

Previamente Darley y Latané realizaron un experimento (en 1968) teniendo en cuenta el número de observadores en una situación de emergencia para poner a prueba su hipótesis de que cuantas más personas haya, menos probable será que alguna de ellas ayude. A cada sujeto se le decía que iba a participar en una discusión acerca de los problemas de los estudiantes en una gran ciudad, y se le hacía pasar a una sala de forma individual indicándole que la discusión se llevaría a cabo a través de un interfono. La variable independiente era el número de sujetos que se le decía participarían con él en la discusión desde otra sala (1, 2 ó 5). El procedimiento consistía en que cada persona hablaría durante dos minutos. Lo que el sujeto escuchaba eran grabaciones, pero el participante creía realmente que formaba parte de un grupo. Antes de comenzar la discusión, uno de los participantes reconocía que, aunque le daba vergüenza decirlo, a veces sufría ataques epilépticos por el estrés que le producía la gran ciudad. Cuando todos los participantes habían utilizado sus dos minutos, aquel que comentó lo de los ataques decía, de manera entrecortada y simulando ahogarse, que iba a sufrir un ataque. Las variables dependientes fueron dos: el porcentaje de sujetos que salieron de la habitación para ayudar a quien decía sufrir el ataque, y la segunda fue el tiempo que tardaban en reaccionar los que decidieron hacerlo. Los resultados que se muestran en la Gráfico 14.2 indican que cuantos más participantes había en el experimento, menor fue el porcentaje de sujetos que intentó ayudar. Además, cuando alguien trató de hacerlo, tardaron más tiempo aquellos que estaban en la situación en la cual había más personas, como muestra la Gráfico 14.3. Esto demostraba que cuantas más personas están presentes en una situación de ayuda, es menor la probabilidad de que alguien se decida a ayudar y tardará más tiempo en hacerlo. Esto se conoce como el *efecto del espectador* (*bystander effect*).

Gráficos 14.2 y 14.3: Porcentaje de participantes que ayudaron a quien decía sufrir un ataque epiléptico y tiempo que tardaron en tomar la decisión de ayudar.



Como consecuencia de estos resultados, Latané y Darley (1970) elaboraron un modelo de cinco pasos. Cada paso lleva a no intervenir en la situación o al paso siguiente. Sólo se realizará la conducta de ayuda si se dan todos los pasos. El Cuadro 14.12 los expone detalladamente, y la Figura 14.1 los muestra esquemáticamente.



John Darley
Universidad de Princeton



Bibb Latané
Center for Human Science, EE.UU.

Cuadro 14.12: *Los cinco pasos del Modelo de decisión sobre la intervención en emergencias.*

Paso 1: *¿Algo pasa?* Lo primero de lo que ha de darse cuenta una persona es de que algo extraño está sucediendo. Si estamos pendientes de otras cosas, como por ejemplo, sentirnos preocupados por algo, esto puede inhibir los actos prosociales.

En uno de los estudios clásicos para mostrar cómo la preocupación puede influir sobre los actos prosociales, Darley y Batson (1973) realizaron un experimento donde manipulaban dos variables independientes: el tipo de tarea (pensar sobre problemas profesionales o sobre la parábola del buen samaritano) e información sobre el tiempo que tenían los participantes para llegar a realizar otra tarea en un edificio diferente de donde realizaron la primera, tratando de influir así en la presión del tiempo (se les decía al marcharse que llegaban pronto, que serían puntuales o que llegaban tarde). La variable dependiente era si los participantes ayudaban o no a una persona que se encontraba en el trayecto de un edificio a otro en el que presumiblemente deberían realizar la segunda tarea, y que se desplomaba tosiendo y gritando de dolor. Los sujetos a los que se dijo que llegaban tarde ayudaban menos, y esta variable tuvo más fuerza que el tipo de tarea que habían realizado (pensar sobre problemas profesionales o sobre la parábola del buen samaritano), la cual no influyó sobre la decisión de ayudar o no. El 66% de los sujetos a los que se les dijo que llegaban pronto ayudó, el 45% de los que llegaban puntuales, y sólo el 10% de los que llegaban tarde. Este estudio muestra que las personas se preocupaban más por no llegar tarde que de ayudar a alguien que necesitaba de ellos, incluso aunque hubieran estado hablando previamente sobre la conducta de ayuda y su importancia.

Paso 2: *Lo que está pasando... ¿Es una emergencia?* Interpretar si lo es o no dependerá de cómo responden otras personas a dicha situación y de que esté claro o no que es una emergencia.

En el primero de los casos, se recurre a lo denominado por Deutsch y Gerard (1955) como *influencia normativa*, o *influencia informativa*. Según la *influencia normativa*, el sujeto se pliega a lo que hace la mayoría, bien por el qué dirán o por los beneficios que le puede aportar. Si lo que se produce es una *influencia informativa*, cuando los individuos han de interpretar una situación ambigua, tienen en cuenta lo que hacen y dicen las personas semejantes a ellos.

Continúa

En el segundo caso, el temor a interpretar como emergencia algo que no lo es, y a sentirnos ridículos, puede influir en que no lo interpretemos como tal. Si existe información entremezclada, es decir, de que todo va bien y de que algo pasa, las personas tienden a hacer más caso de la primera. Latané y Darley (1970) realizaron un nuevo experimento. Mientras los participantes rellenaban un cuestionario en una sala, ésta comenzaba a llenarse de humo que aparecía a través de un orificio de ventilación. La variable independiente tenía tres niveles: el sujeto estaba solo, con otras dos personas o con dos cómplices que se comportaban como si nada estuviera sucediendo. Sólo el 38% de los que estaban con otras dos personas salieron. No salió ninguno de los que estaban con los cómplices. El 75% de los sujetos salió de la habitación cuando estaban solos. Para explicar lo ocurrido cuando había tres sujetos, Darley y Latané acuñaron el término de *ignorancia pluralista*. A pesar de que todos querían saber qué pasaba, no deseaban parecer nerviosos ante los demás y se mostraban aparentemente tranquilos.

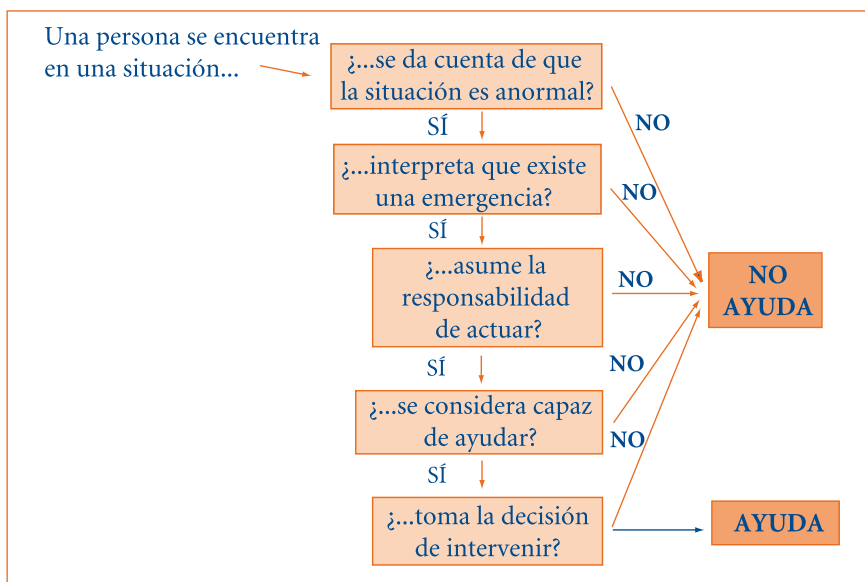
Sin embargo, a pesar de superar el paso 1 del modelo y darse cuenta de que algo sucede, y de superar también el paso 2 y reconocer que lo que ocurre es una emergencia, es posible que la persona no intervenga si no considera que es responsable de ayudar. La presencia de otras personas en una situación puede ejercer una función inhibitoria de la acción que se conoce como la *difusión de responsabilidad*. La gente puede pensar que alguien acudirá en la ayuda. Este sería el paso 3.

Paso 3: ¿Se asume la responsabilidad de actuar? Obviamente, si una casa está ardiendo habrá que llamar a los bomberos, pero existen muchas situaciones ambiguas en las cuales la decisión no está clara. Si hay más personas en la situación tendemos a pensar que el que tiene el rol de líder será el que asumirá la responsabilidad (Baumeister, Chesner y Senders, 1988). Por tanto, es muy posible llegar a este punto y no continuar con el siguiente paso.

Paso 4: ¿Se considera la persona capaz de ayudar? Es viable que un individuo llegue hasta aquí y crea que debe ayudar. Sin embargo, si no se cree capaz o no sabe cómo hacerlo, tampoco ayudará.

Paso 5: Tomar la decisión de ayudar. Aunque se hayan producido los pasos anteriores, es posible que no se lleve a cabo la conducta de ayuda porque los costes de ayudar sean demasiado grandes. ¿Por qué ocurre esto? Una de las explicaciones es la *aprensión por la evaluación*. Nos preocupa que otros vean cómo nos comportamos o que juzguen nuestras reacciones negativamente (Baumeister, 1982). ¿Y si hacemos lo equivocado?

Figura 14.1: Representación esquemática del Modelo de decisión sobre la intervención en emergencias.



El segundo modelo que trata de explicar cuándo ayudamos a los demás (o cuándo no lo hacemos) es el de *activación y coste-recompensa* (Piliavin, Dovidio, Gaertner y Clark, 1981). Según el modelo, las personas están motivadas para maximizar sus recompensas y minimizar sus costes. Primaría el propio interés y, ante una situación de ayuda, analizarían el contexto antes de decidir, sopesarían los costes y las recompensas y tomarían la decisión que mejor satisficiera sus intereses personales. Ayudarían si los beneficios (recompensas menos costes) de ayudar son mayores que los de no ayudar (Dovidio, Piliavin, Gaertner, Schroeder y Clark, 1991), aunque esto no explica todas las situaciones, por ejemplo, las ocasiones que necesitan de una decisión rápida. Es posible que los costes de no ayudar sean mayores que los de realizar ayuda (los demás podrían pensar mal, por ejemplo). También es posible que, cuando pensemos que nuestra capacidad para realizar la ayuda es alta, sea más probable que ayudemos.



Jane Piliavin
Universidad de Wisconsin en Madison

Fue con estas premisas con las que Piliavin y cols. (1981) y Dovidio y cols. (1991), elaboraron un modelo sobre cómo la relación entre costes y beneficios lleva a la persona a ayudar o a no hacerlo: *el Modelo de activación y coste-recompensa* (véase el Cuadro 14.13). Su objetivo es predecir si una persona ayudará o no y cómo ayudaría en caso de hacerlo. El modelo recoge el tipo de respuesta que dará el observador en función de su percepción de los costes de ayudar (bajos o altos) frente a los de no hacerlo (bajos y altos).

Cuadro 14.13: *Modelo de activación y coste-recompensa.*

		Costes de ayudar	
		Bajos	Altos
Costes de no ayudar	Bajos	En este caso, que la persona decida ayudar o no depende de variables de personalidad, de normas individuales, de la relación entre las personas, etc.	En esta situación se tiende a negar el problema o a evitarlo.
	Altos	Cuando se produce esta combinación, lo más habitual es ayudar directa e inmediatamente.	Se busca la ayuda indirecta (pedir a otros que lo hagan) También se puede reinterpretar la situación para reducir los costes de no ayudar.

¿Todo el mundo quiere que se le ayude?

Para saber hasta qué punto las personas desean que otros les ayuden es necesario diferenciar entre la ayuda que se pide y la que se recibe sin solicitarla.

Respecto a *la ayuda que se pide*, según Nadler (1991), que una persona decida o no pedir ayuda depende:

1. *De características como edad, sexo, personalidad, etc.* A los hombres les cuesta más pedir ayuda que a las mujeres, las personas tímidas se resisten a pedir ayuda a alguien del sexo contrario (De Paulo, Dull y Greenberg, 1989), los jóvenes piden ayuda a los mayores, y las personas de clase alta piden ayuda más que los de clase baja.
2. *De la naturaleza del problema y el tipo de ayuda que se necesita.* Ya vimos qué sucedía en el caso de las emergencias. Las personas que se encuentren en estos casos pueden ser selectivas y pedirán ayuda a aquel que realmente solucione su problema en el caso de que tengan posibilidad de hacerlo.
3. *De las características del posible donante de la ayuda.* Se suele acudir a personas semejantes en lugar de a quien consideramos muy diferente. Sin embargo, hay autores que defienden que pedir algo a alguien que es diferente es bueno porque se supone que tiene algo que a uno le falta.

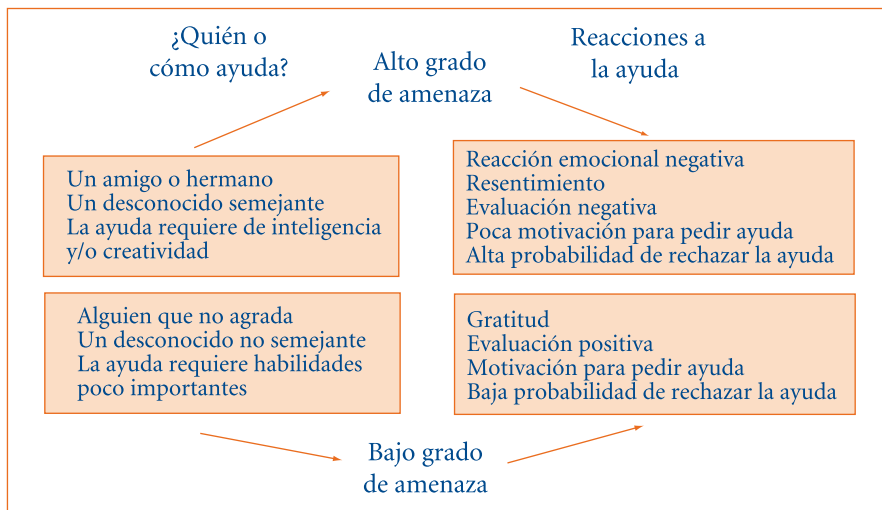
Existen otras dos formas de pedir ayuda que queremos recoger aquí: *los grupos de autoayuda*, y la *“ayuda” proporcionada por los ordenadores*. En los *grupos de autoayuda*, las personas con algún problema en común trabajan juntos para ayudarse los unos a los otros. Algunos ejemplos son: grupos de adolescentes embarazadas, alcohólicos, drogadictos, enfermos de SIDA, etc. Esta estrategia minimiza los costes de recibir ayuda, y ofrece la oportunidad de ayudar de manera recíproca, así como de conocer a otras personas con el mismo problema. En cuanto a los *ordenadores*, ofrecen la posibilidad de recibir ayuda de una máquina en lugar de otra persona. Brindan la ventaja de que los errores propios son anónimos. Un ejemplo es el trabajo de Karabennick y Knapp (1988). Los estudiantes de un instituto realizaban una tarea compleja en un ordenador. A la mitad se les dijo que una persona les ayudaría, y a la otra mitad que recibirían ayuda del propio ordenador. En el caso de que ayudase otra persona, sólo el 36% de los sujetos la solicitó, mientras que fue el 86% el que la pidió al ordenador. En este último caso, la ayuda es privada y además no requiere de reciprocidad (reduce el coste psicológico de recibir ayuda).

En segundo lugar, tenemos otra opción verdaderamente interesante: *la ayuda que se recibe sin solicitarla*. Hay personas que necesitan ayudar a otros para sentirse bien. Pero no todos los comportamientos de ayuda son positivos para el que los recibe. En ocasiones se puede reaccionar de forma negativa. Varias teorías tratan de explicar las reacciones cuando se percibe una amenaza a la autoestima, cuando existen unos costes excesivos para agradecer dicha ayuda (recordemos la norma de reciprocidad), y cuando la ayuda provoca una sensación de pérdida de libertad en quien la recibe.

La amenaza a la autoestima se puede explicar desde la *Teoría de la atribución*. En ocasiones, recibir ayuda no es positivo, ya que se reduce la autoestima, sobre todo si quien te ayuda es alguien semejante (DePaulo, Brown e Ishii 1981; Nadler, Fisher y Ben-Itzhak, 1983). De acuerdo con la Teoría de la atribución, las personas están motivadas a buscar una explicación de por qué necesitan ayuda y por qué otros se la ofrecen. Mantendrán una autoestima positiva si son capaces de atribuir la necesidad de ayuda a causas externas o incontrolables más que a deficiencias personales (Fisher, Nadler y Whitcher-Alagna, 1982; Tessler y Schwartz, 1972). También es importante la atribución que se hace sobre las personas que ayudan: si creemos

que nos ayudan por buena voluntad o que lo hacen pensando en que somos incompetentes. El efecto sobre la autoestima en la persona que recibe la ayuda fue esquematizado por Baron y Byrne (1998) y se presenta en la Figura 14.2.

Figura 14.2: Efectos de la amenaza a la autoestima en las personas que reciben ayuda sin pedirla, desde la Teoría de la atribución.



Los costes del agradecimiento pueden justificarse gracias a la *Teoría del intercambio social*. Las reacciones a la recepción de ayuda reflejan los beneficios de recibirla, pero también los costes de aceptarla. Cuando la ayuda es en una sola dirección puede crear un sentido de diferencia de poder. Por este motivo, las personas están más dispuestas a pedir ayuda cuando piensan que podrán devolver el favor (Fisher y cols., 1982). Pero si no pueden o no quieren devolverlo, tratarán de evitar que les ayuden o reaccionarán de manera negativa.

Recibir ayuda sin quererlo también puede producir pérdida de libertad, y esto se ve explicado por la *Teoría de la reactancia*. De acuerdo con esta teoría (Brehm, 1966), las personas quieren maximizar su libertad personal de elección. Es posible que un receptor de ayuda crea que está perdiendo parte de su libertad, por ejemplo, porque le gustaría pedir ayuda a otro que cree solventaría mejor su problema. También el hecho de quedar obligado a corresponder a la ayuda recibida puede provocar un sentimiento de pérdida de libertad. Como consecuencia, se pueden producir sentimientos de hostilidad hacia los que proporcionan la ayuda (Gross, Wallston y Piliavin, 1979).

Ayudar a otros es una conducta positivamente valorada en la mayoría de las sociedades. Sin embargo, ser dependiente de la ayuda de los demás está visto menos favorablemente. Para evitar esa amenaza, algunas personas pueden rechazar buscar ayuda. En el caso intergrupar, las relaciones de poder entre los grupos es una variable crucial. Nadler (2002) presentó un modelo de las relaciones intergrupales de ayuda como relaciones de poder basándose en dos premisas. La primera es la *Teoría de la identidad social* (Ellemers, Spears y Doosje, 1999; Tajfel, 1978). Según esta teoría, cualquier información que hiciera sentir a los miembros de un grupo que son inferiores a los de otro supondría una amenaza para su identidad. La segunda premisa es que las relaciones de ayuda están influidas por las relaciones de poder. Según esto,

los miembros de un grupo de estatus alto ayudarían a los de uno de estatus bajo no sólo por el hecho de ayudarles, sino por mantener su ventaja social. Sería una forma de demostrarles que realmente son superiores a ellos. Si los miembros del grupo de estatus más bajo aceptan la ayuda, podrían estar reconociendo su inferioridad.

La conducta prosocial grupal: el nivel macro

En este nivel incluiremos las conductas prosociales que se dan a nivel grupal y en el contexto de organizaciones de cualquier tipo. El Cuadro 14.14 muestra las características de los tipos de comportamientos que se incluyen en el nivel macro. El mejor ejemplo de este tercer nivel es el voluntariado.

Cuadro 14.14: *Características de los tipos de comportamientos que se incluyen dentro de la conducta prosocial grupal.*

- Son comportamientos que se dan a lo largo de varios meses e incluso años.
- Se producen dentro de grupos u organizaciones.
- Buscan un beneficio tanto para el que da como para el que recibe.
- Prestan una atención especial al contexto en el que se producen los comportamientos de ayuda.
- Raramente se utiliza la metodología experimental.

La conducta de ayuda planificada: el voluntariado

El voluntariado es un comportamiento de ayuda con carácter no obligatorio, que se lleva a cabo planificadamente y a través de la gestión de una organización, y que no es puntual, sino que se desarrolla por un período de tiempo relativamente extenso. Ha de estar planificado, es decir, deben existir unos objetivos que cumplir, unos medios materiales y humanos para llevarlos a cabo, una programación, temporalización y reparto de tareas, una evaluación formativa y sumativa de las tareas que se realizan, etc. De hecho, no son muchas las diferencias con el trabajo remunerado (véase Gómez y Martínez, 2002). Una de las diferencias con la conducta de ayuda interpersonal es que esta última suele incluir un sentimiento de obligación personal hacia el receptor. Sin embargo, los voluntarios no conocen en muchas ocasiones a las personas que se beneficiarán de su comportamiento.

El voluntariado tiene cuatro características (Penner, 2002):

- Es una conducta a largo plazo.
- Es una acción pensada y planificada.
- Es una ayuda no obligatoria.
- Se produce bajo un marco organizacional.

En Gómez (2006) el lector interesado encontrará más información sobre qué lleva a las personas a hacerse voluntarias, qué les mantiene realmente realizando este tipo de comportamiento durante largos períodos de tiempo y cuáles son las consecuencias del voluntariado para los propios voluntarios.

14.5 Resumen

Los objetivos del presente capítulo eran presentar qué es la conducta de ayuda, el comportamiento prosocial y el altruismo. Una vez definidos y distinguidos dichos términos, se ha mostrado el interés que por parte de la Psicología social en particular se ha prestado a este fenómeno. Tras un repaso de las distintas perspectivas teóricas que intentan explicar los orígenes de la conducta prosocial en humanos, hemos tratado de responder a las preguntas más generales sobre cómo se produce este comportamiento a nivel principalmente interindividual (¿por qué ayudamos?, etc.), y grupal (voluntariado). Asimismo, hemos presentado resultados de investigaciones empíricas y/o ejemplos para ilustrar cada fenómeno. Esperamos haber podido responder aquellas preguntas iniciales. No obstante, a pesar de todos los avances que aquí se han recogido sobre el estudio de estos principios, nos seguimos preguntando: “si volviera a suceder la situación por la que pasó Kitty Genovese, ¿volvería a ocurrir lo mismo?”. Puede que sí. Sin embargo, si alguno de los “próximos” testigos hubiera leído este capítulo, quizá hiciera algo, porque también se ha demostrado que leer sobre conducta de ayuda y altruismo aumenta la motivación para ayudar a los demás.

Términos de glosario

Altruismo	Empatía cognitiva
Altruismo recíproco	Empatía emocional
Conducta de ayuda	Ignorancia pluralista
Conducta prosocial	Modelo de activación y coste-recompensa
Contingencia asimétrica	Norma de equidad
Contingencia mutua	Norma de reciprocidad
Contingencia reactiva	Norma de responsabilidad social
Cooperación	Personalidad prosocial
Difusión de responsabilidad	Pseudocontingencia
Efecto del espectador (<i>bystander effect</i>)	Selección de grupo
Empatía	Selección por parentesco

Lecturas y otros recursos recomendados

Bierhoff, H. (2002). *Prosocial Behaviour*. Londres: Psychology Press.

A pesar de analizar la conducta prosocial en general, describe detalladamente las múltiples investigaciones que este autor ha realizado sobre esta área.

Carrera, P., Caballero, A. y Ocea, L. V. (2003). Altruismo y conducta prosocial. En D. Páez, I. Fernández, S. Ubillos y E. Zubieta (Cords.), *Psicología Social, Cultura y Educación* (pp. 605-629). Madrid: Pearson.

Expone un análisis reciente del altruismo y la conducta prosocial en un manual centrado en la cultura y la educación que a buen seguro es un excelente complemento para los aspectos analizados en el presente capítulo.

Dovidio, J. F., Piliavin, J. A., Schroeder, D. A. y Penner, L. A. (2006). *The social psychology of prosocial behavior*. Mahwah: Erlbaum.

El trabajo más reciente sobre la Conducta prosocial.

Gaviria, E. (1999). Altruismo y Conducta de ayuda. En J. F. Morales y C. Huici (Coords.), *Psicología Social* (pp. 85-99). Madrid, McGraw-Hill.

Ofrece una visión general de la conducta de ayuda, la conducta prosocial y el altruismo.

Schroeder, D. A., Penner, L., Dovidio, J. F. y Piliavin, J. A. (1995). *The Psychology of helping and altruism: problems and puzzles*. Nueva York: McGraw-Hill.

Indispensable. Probablemente uno de los manuales más completos en lo que a la conducta prosocial interindividual se refiere.

<http://www.humboldt.edu/~altruism/home.html>

Instituto para el estudio de la Personalidad Altruista y la Conducta Prosocial donde aparece información sobre Oliner y Oliner, publicaciones sobre altruismo, aspectos relacionados, y más de 40 enlaces donde se puede profundizar sobre el tema.

<http://www.socialpsychology.org/peace.htm>

En esta dirección se pueden encontrar enlaces sobre "Paz", "No violencia", "Terrorismo", y temas relacionados.

Psicología social de la agresión

Ana Victoria Arias Orduña

Objetivos

- Estudiar manifestaciones de la agresión en la vida cotidiana.
- Distinguir entre la agresión afectiva y la agresión instrumental.
- Señalar el valor adaptativo de la conducta agresiva.
- Resaltar el carácter socialmente aprendido y culturalmente transmitido de la agresión.
- Exponer los principales modelos teóricos sobre la agresión y los trabajos empíricos más conocidos.
- Presentar los antecedentes más frecuentes de la agresión.
- Identificar los mecanismos moduladores de la agresión.
- Analizar las condiciones interpersonales y grupales que con mayor frecuencia se asocian a la agresión.
- Prestar atención a experiencias personales relevantes para la agresión.

15.1 Introducción

La violencia y la agresión son fenómenos que tradicionalmente han interesado a los científicos sociales de diferentes ámbitos. No sorprenderá el hecho de que gran parte de este interés se haya alimentado de acontecimientos que han marcado la historia de la humanidad. Tanto es así, que su importancia se renueva a medida que a lo largo de los años o al comparar sociedades coetáneas se detectan diferencias en el predominio de unas formas de agresión u otras. Las similitudes y las discrepancias observadas son convenientemente

explicadas a partir de los mecanismos que subyacen al proceso de agresión, y que sugieren estrategias para reducir las relaciones interpersonales e intergrupales agresivas.



A lo largo de las últimas décadas el estudio de la agresión está marcado por un profundo interés en transformar la sociedad, de tal forma que contribuya al desarrollo de una cultura de la paz en la que la justicia, la igualdad y la ausencia de humillación prevalezcan sobre otras formas de cultura que pueden fomentar la agresividad. Desde esta perspectiva no se plantea tanto la extinción de los comportamientos agresivos como la creación de una sociedad que aliente comportamientos alternativos.

En el presente capítulo se analiza la agresión identificando el proceso y sus antecedentes más frecuentes, así como los mecanismos que subyacen a estos antecedentes. Finalmente, se presentan una serie de experiencias vitales que alteran precozmente la maduración emocional y social de la persona, pudiendo convertirse en duros obstáculos para el desarrollo de una cultura de la paz.

15.2 Definición de agresión y sus dimensiones

Entendemos por *agresión* “cualquier forma de conducta dirigida a dañar o perjudicar a otro ser vivo que está motivado a evitar tal trato” (Baron y Richardson, 1994, p. 7). Esta definición, que incluye una amplia variedad de comportamientos interpersonales, grupales, y sociales, ha sugerido diversas clasificaciones, entre las que destacamos la que diferencia entre la *agresión afectiva* y la *agresión instrumental*. La primera de ellas, se refiere a la agresión cometida con el fin último de causar daño. En cambio, en la segunda, se considera que la agresión es un medio para obtener una meta u objetivo, siendo el daño un aspecto secundario de la finalidad. Cabe señalar, sin embargo, que con frecuencia, en la vida cotidiana convergen ambas motivaciones, es decir, se agrede tanto por el deseo de hacer daño como por la expectativa de que este comportamiento permitirá lograr algún resultado o ventaja. Veamos a continuación las dimensiones que caracterizan a uno y otro tipo de agresión (véase el Cuadro 15.1).

Cuadro 15.1: Motivaciones y expectativas de la agresión afectiva y la agresión instrumental.

La *agresión afectiva, hostil o emocional* se caracteriza por ser impulsiva, no premeditada y dirigida por la ira. Con frecuencia se relaciona este tipo de agresión con un instigador previo, de forma que surge como una reacción a un daño o a una provocación verbal o física, y está dirigida básicamente por la intención de causar un daño.

La *agresión instrumental* se considera más deliberada y racional que la anterior, ya que se realiza tras anticipar consecuencias reforzantes o para evitar castigos. La expectativa de lograr tales consecuencias constituye la motivación básica; en cambio, causar daño o amenazar con hacerlo es, únicamente, un medio para conseguir el fin último.

15.3 El origen de la agresión

La Psicología social aborda el comportamiento como una manifestación de la determinación mutua entre mente y sociedad. No obstante, a la hora de explicar la conducta agresiva comparte algunos de los planteamientos de la perspectiva evolucionista (véase Gaviria, 1998 y 1999). En concreto, la consideración de este tipo de comportamiento como un elemento *normal* dentro del repertorio conductual de las personas, es decir, la idea de que la agresividad no es necesariamente una manifestación de anomalías individuales. Esta concepción se convierte, en la Psicología social, en el primer supuesto básico que guía su estudio. Además, se han incorporado las teorías o modelos que suponen la existencia de mecanismos innatos relacionados con emociones relevantes para la supervivencia. Ejemplo de ellos sería el *Modelo del cálculo emocional* de Blanchard y sus colaboradores, que será descrito en un apartado posterior, y que propone la existencia de una conexión cerebral cólera-miedo.



Supuesto 1 de la Psicología social

Las conductas agresivas forman parte del repertorio normal de las personas, y no son necesariamente un indicador de anomalías psicológicas o morales.

Respecto a las *teorías del impulso*, la Psicología social comparte con ellas el interés por estudiar los instigadores motivacionales de la conducta agresiva. Sin embargo, se distancia de las teorías clásicas en cuanto que éstas proponen que la agresión es una reacción a ciertos estímulos externos, por ejemplo, los que provocan frustración o dolor, mientras que la Psicología social postula la existencia de mecanismos psicosociales que median entre dichos estímulos y la manifestación final de agresión. Estos mecanismos serían los auténticos instigadores de la agresión.

Finalmente, en el marco de la perspectiva biológica, la Psicología social coincide con las *teorías biológicas* que destacan la confluencia de factores sociales y biológicos en el origen y el desarrollo de la agresión. En este sentido, la visión puramente biologicista centra su atención en el *perfil de violencia* de los agresores, señalando que estos individuos reflejan una *escalada de la violencia* iniciada en la infancia y adolescencia y que culmina en la manifestación de conductas antisociales y violentas en la edad adulta. Frente a esta perspectiva, la Psicología social analiza las diferencias en la tendencia a agredir considerando, fundamentalmente, los aspectos relevantes que trascienden al propio individuo. Por tanto, desde este enfoque, coincide en mayor medida con interpretaciones alternativas a la escalada de violencia. Entre otras, aquellas que destacan que la agresión es una consecuencia conductual de la maduración biológica y social característica de la infancia, y que estas conductas, con frecuencia, se van reduciendo a medida que los adolescentes incorporan nuevas habilidades físicas y sociales con que enfrentarse a los estímulos aversivos que puedan encontrar en su exploración del entorno y en el ejercicio de su creciente autonomía. Véanse, en este sentido, los estudios longitudinales realizados por Tremblay y colaboradores (Tremblay, 2002; Nagin y Tremblay, 1999).

15.4 Transmisión social de la violencia. Aprendizaje social y el papel de la cultura

Si anteriormente se había mencionado que uno de los supuestos básicos de la Psicología social es considerar que la agresión es un elemento normal del repertorio de conductas de las

personas, y no necesariamente una manifestación de anomalías, debemos señalar otros dos supuestos centrales que encuadran al estudio de la agresión desde esta disciplina. Por un lado, se considera que las conductas agresivas son susceptibles de adquirirse y mantenerse a través de aprendizaje social. Por otro lado, se afirma que la cultura regula el uso de la agresión en las relaciones sociales y aporta significados compartidos a estas acciones. Respecto al primero, la *Teoría del aprendizaje social* clarifica los mecanismos por los que se produce el aprendizaje social. Respecto al segundo, será el estudio de las relaciones entre las normas, actitudes y valores socialmente compartidos y los usos de la violencia en diferentes contextos y sociedades el que sugiera que la cultura es determinante en la transmisión de la violencia.



Supuesto 2 de la Psicología social

Al igual que con el resto del repertorio conductual de las personas, los principios del aprendizaje social pueden explicar la adquisición, las formas y las condiciones en las que se manifestarán las conductas agresivas.

Teoría del aprendizaje social

El dicho popular que afirma que una imagen vale más que mil palabras también tiene su aplicación en la adquisición de conductas agresivas. Bandura realizó una serie de estudios en los que se constata que las conductas se aprenden al observar el comportamiento de otras personas. Respecto a la agresión, su estudio clásico (Bandura, Ross y Ross, 1963) consistió en crear una situación experimental con dos grupos de niños. Los del primer grupo observaban a un adulto golpeando a un muñeco hinchable, y los del segundo observaban a un adulto que se relacionaba de forma no agresiva con el muñeco. Los resultados fueron claros: cuando, posteriormente, unos y otros muchachos tuvieron la oportunidad de jugar con el mismo muñeco, las conductas de los niños que habían observado el modelo agresivo eran más agresivas que las de aquéllos que no habían observado este tipo de conducta. El proceso que explica estos resultados es el *modelado*, y el mecanismo implicado en la reproducción de la conducta es la *imitación*.

Desde esta teoría se propone que la imitación estará modulada tanto por aspectos relacionados con el modelo como por las características de las consecuencias derivadas de la conducta agresiva. En este sentido, se ha comprobado que un modelo será más imitado, entre otros aspectos, si se asemeja al observador, si despierta simpatía o si está asociado a un alto estatus-poder. Concretamente, estudios realizados en laboratorio sugieren que los adultos son más imitados que los niños, los hombres más que las mujeres y los grupos mayoritarios más que los minoritarios (Bandura, 1963). Además, los resultados evidencian que el modelo es más imitado si el observador ha sido expuesto a refuerzo vicario; es decir, si el modelo obtuvo beneficios como consecuencia de su agresión. En este caso, cabe concluir que la intensidad y la cantidad de refuerzo recibido serán relevantes en la imitación posterior.

Recuérdese además que desde la Teoría del aprendizaje social se afirma que la observación de modelos de conducta promueve tanto el aprendizaje de la conducta en cuestión, como de las condiciones en que dicha conducta se realiza, hacia qué o quiénes se dirige y el

tipo de consecuencias probables de dichas acciones. De esta forma, observar que un modelo influyente es reforzado como consecuencia de una agresión promoverá el aprendizaje de dicha conducta y su imitación al enfrentarse a situaciones similares a las observadas y con personas, seres u objetos semejantes a los que fueron agredidos por el modelo. Por el contrario, un modelo castigado o no reforzado reduce la frecuencia de la imitación, a pesar de que la conducta se haya podido aprender. Cabe concluir, por tanto, que la exposición a modelos o su observación permiten aprender las conductas observadas, que podrán así incorporarse al repertorio conductual de los observadores.

RECUADRO: La violencia en los medios de comunicación.

Los medios de comunicación cumplen diferentes funciones sociales. La más relevante para la cuestión que nos ocupa es la función socializadora. Respecto a la agresividad, esta función se cumple al transmitir, mediante la presentación de una variedad de episodios de violencia, las normas, valores y actitudes que regulan el comportamiento violento. Además a través de ejemplos de ficción y reales, los *media* ofrecen un amplio repertorio de prácticas concretas de violencia, favoreciendo su adquisición y mantenimiento en el repertorio conductual de las personas.

Los estudios realizados desde la Teoría del aprendizaje social han sugerido, además, que la visión de violencia en los medios de comunicación tiene dos efectos colaterales:

1. Reduce la reacción de los observadores ante el sufrimiento de las víctimas.
2. Reduce la sensibilidad de los observadores hacia los actos violentos.

El modelado, la imitación, el aprendizaje operante y, en definitiva, aquellos mecanismos que subyacen en el aprendizaje vicario son centrales en la capacidad de los *media* para transmitir pautas de conducta agresiva y difundir un valor y un significado socialmente aceptado de la violencia.



Al igual que se ha señalado anteriormente con respecto al aprendizaje por observación de modelos, la violencia que se presenta en los medios de comunicación será más influyente en función de diversas condiciones de los protagonistas agresivos y de las consecuencias de la acción, considerándose, además, que los niños son especialmente vulnerables a la visión de la violencia. Los estudios de laboratorio han confirmado que la televisión y las películas violentas afectan a las conductas agresivas a corto plazo. Por otro lado, el estudio longitudinal realizado por Huesmann, Rowell, Moise-Titus, Podolski y Eron (2003) sugiere que los efectos de la exposición a la violencia en los medios de comunicación persisten a largo plazo. Concretamente, estos autores realizaron un estudio en el que inicialmente participaron 557 niños con edades comprendidas entre 6 y 10 años de edad, y continuó 15 años después, cuando tenían entre 20 y 25 años. A pesar de que en el estudio sólo se pudo contactar con 329 de los participantes iniciales, los resultados no dejaron lugar a dudas: el 70% de los que fueron intensos espectadores infantiles de violencia informaron de haber golpeado a alguien; además, el 42% habían cometido actos violentos y delictivos, frente al 22% de agresores adultos que no se expusieron a violencia intensa en la televisión. A pesar de que este estudio no permite saber si los adultos violentos ya tenían en su infancia una preferencia por los programas violentos, los resultados sugieren que exponer a los chicos a la violencia televisada puede tener efectos en su conducta 15 años después.

Continúa

No obstante, no se debe olvidar que la visión de la violencia en los *media* no se hace de una forma pasiva ni al margen de la sociedad. Como muestra de esto que decimos, recientes estudios sugieren que los padres, los iguales y otras personas relevantes para el niño modulan los efectos que finalmente tendrá la violencia en los medios de comunicación. De esta forma, Huesmann (2003) constató que el simple hecho de que los padres destacaran que el programa era irreal, redujo su impacto sobre los niños.

En un sentido más amplio, los estudios transculturales confirman que los efectos de la exposición a la violencia ofrecida en los *media* están modulados por factores culturales. Las diferencias encontradas en el estudio transcultural iniciado por Huesman y Eron (1986) pusieron de manifiesto que la tendencia a imitar la conducta observada no es constante entre culturas, si bien, al mismo tiempo, se confirma que la relación entre exposición a la violencia y conducta agresiva persiste en todas ellas. Otra conclusión de interés de este trabajo es que la identificación con los héroes de las películas es el mecanismo más importante relacionado con la imitación de la conducta agresiva televisada. Por otro lado, la revisión realizada por Groebel (1986) sugiere que las diferencias transculturales en el impacto de los *media* se relacionan con factores tales como las normas sociales y los valores predominantes. Considerando estos resultados, cabe concluir que la violencia en los medios de comunicación puede contribuir a la agresión en una sociedad, pero el grado en que lo hace depende del contexto cultural en el que esta violencia aparece.

En estrecha relación con el desarrollo de las nuevas tecnologías, los videojuegos están dominando una parte importante del ocio de los niños y jóvenes. Desde que en los años 70 se introdujeron en el mercado, ha ido aumentando su presencia en los hogares de gran número de países. La simplicidad de los contenidos y de las imágenes de los juegos durante estos primeros años no podía hacer sospechar que en la década de los años 90 las marcas más demandadas ofrecerían un 80% de productos con temática violenta en los que, al menos, el 20% se dirigía hacia las mujeres (Dietz, 1998). Esta circunstancia, unida al elevado realismo alcanzado en las simulaciones, ha multiplicado los debates que plantean los posibles efectos perniciosos de estos juegos, entre ellos los efectos sobre el comportamiento violento de los usuarios. Diversos autores sugieren que estos efectos aumentan respecto a la violencia en la TV y en las películas porque el juego reproduce las condiciones que promueven el aprendizaje: (1) los juegos son altamente implicantes e interactivos, (2) los juegos refuerzan la conducta violenta y (3) los niños practican una y otra vez este tipo de conductas en el transcurso del juego. Además, son muy llamativos y requieren que el jugador se identifique con el agresor (Gentile y Anderson, 2003).

La cultura como modulador de la agresión

El meta-análisis realizado por Rohner (1976) con 130 estudios, en el que se registra la conducta agresiva en 101 sociedades, concluye que la cultura era el predictor más importante de la conducta agresiva.



Supuesto 3 de la Psicología social

Las conductas agresivas son reguladas por las normas sociales, lo que explica las grandes diferencias que existen entre las distintas culturas en las tendencias a manifestar agresión en la propia sociedad y en sus relaciones con otras culturas.

Los estudios confirman que las diferencias entre países se dan tanto en el tipo de agresiones que predominan en las distintas culturas como en la frecuencia con que se tiende a manifestar agresividad. Las primeras se han relacionado con el predominio de ciertas creencias normativas que aprueban la agresión (Huesmann y Guerra, 1997) y que se manifestarán

en múltiples comportamientos. Así, el uso de la ironía se considera relativamente dañino en España, Polonia y EE.UU., y muy agresivo en Japón e Irán. Por el contrario, la agresión interpersonal dirigida a castigar a otros se considera muy adecuada en Japón e Irán y resulta muy inaceptable en España, Polonia y EE.UU. (Ramírez y Fujihara, 2001).

Por otro lado, tal y como mencionan Páez y Ubillos (2004), las sociedades difieren en su tendencia a manifestar agresión en las relaciones que mantienen con otras sociedades y/o en su tendencia a manifestar agresión dentro de sus propias fronteras. Así, citan los autores, los Taday, en Filipinas, ejemplifican el caso extremo de la no-agresión, tanto en el contexto de las relaciones interculturales como en el de las intraculturales, y los jibaros ilustran el caso opuesto. Los grados intermedios están reflejados en las culturas que manifiestan baja agresión sólo en uno de los contextos, como ocurre en algunos pueblos de Nueva Guinea, que muestran altos niveles de agresión intragrupal frente a una escasa agresión exogrupal.

Además, como se verá a continuación, las culturas difieren en el grado de homogeneidad de las normas y valores relativos a la violencia. Esto significa que dentro de una misma sociedad coexisten diversos códigos o normas de violencia, y como consecuencia, determinados grupos dentro de una misma sociedad son más propensos que otros a manifestar agresión.

Esta circunstancia ha permitido identificar subculturas de la violencia, como la llamada *cultura del honor*, con manifestaciones muy diferentes si se aplica al contexto familiar, a la escuela o a las bandas juveniles (véase el Cuadro 15.2 adjunto y el Capítulo 16 sobre el componente cultural de la violencia para una exposición mas detallada de la cultura del honor y sus efectos).

RECUADRO: La subcultura de la violencia.

Se entiende por **subcultura de la violencia** al conjunto de condiciones, códigos y manifestaciones específicas bajo las que el uso de la violencia o la agresividad está regulado, legitimado e incluso ritualizado dentro de ciertas sociedades, grupos, bandas o colectivos.

La **cultura del honor en la familia**, que ilustra este tipo de subculturas, se basa en un conjunto de creencias y actitudes compartidas que regulan el uso de la violencia y la agresión en situaciones en las que la propia reputación o dignidad (honor) están en entredicho. Concretamente, en este contexto se espera que los hombres protejan y restauren, con la violencia, el honor amenazado o perdido (Nisbett y Cohen, 1996). En este sentido, los estudios dirigidos por Rodríguez Mosquera (2002) confirman que en la cultura española, en comparación con la alemana, se reacciona con mayor intensidad ante las amenazas al honor familiar.

Por su parte, los estudios realizados en España por Pérez, Páez y Navarro (2002) proponen el conflicto de mentalidades para explicar el reciente aumento de los casos de violencia ejercida por los hombres de la familia (esposos, novios, padres o hermanos) contra sus esposas, hijas o hermanas. Esta violencia, explican los autores, es el resultado del conflicto que se produce entre el ejercicio de una mayor autonomía de las mujeres y la reputación familiar o el honor del hombre tal y como eran entendidos en la cultura tradicional. El estudio evidencia, además, que las agresiones hacia las mujeres de la familia están protagonizadas principalmente por hombres de mayor edad, que fueron educados en la cultura tradicional del honor. Estos hombres viven en las sociedades modernas que promueven la liberación de la mujer, una situación de pérdida del honor que sólo pueden restaurar mediante el asesinato de la (ex)esposa y posterior autoinmolación.

En el ámbito escolar, el trabajo realizado por Yubero y Navarro (2006) confirma que la condición que con mayor frecuencia precede a la agresión física por parte de las jóvenes estudiantes de bachiller es la difusión de rumores que ponen en duda su honor sexual. Estos estudios sugieren que la amenaza a la reputación sexual de las mujeres sigue siendo un elemento relevante en las reacciones agresivas y en la conceptualización del honor.

También se ha constatado que en los centros educativos existe un código que regula la violencia en las relaciones entre alumnos y profesores. El estudio de Beynon (1989), realizado en escuelas

Continúa

británicas, confirma al menos tres tipos de agresión: la agresión fingida entre maestro y alumno, la real, que en un momento determinado puede provocar daño, y la agresión justa-injusta con la que se califica los comportamientos de los maestros hacia los alumnos. De estas tres formas de agresión sólo se consideró ilegítima la agresión injusta protagonizada por los profesores.

Finalmente, en el contexto de las bandas juveniles, es frecuente que la cultura del honor se concrete en torno a un mito, y que implique el desarrollo de rituales compartidos de violencia. En este caso, los mitos constituyen un conjunto de imágenes y símbolos que expresan un sentido de la vida, aportan un ideario de vida con el que identificarse y, con frecuencia, alertan de una amenaza potencial que guía las acciones y que señala un enemigo al que hay que abatir. Por otro lado, los rituales consisten en conductas estereotipadas que ayudan a enfrentarse a las dificultades y aportan estrategias para la lucha. Los rivales, con frecuencia, se ponen en marcha ante la existencia de amenazas o de peligros y en situaciones de transición de rol o de estatus. Cabe concluir que los rituales y los mitos de violencia cumplen fundamentalmente tres funciones:

- Una función socializadora, por la que se transmiten las formas de agresión correctas o legitimadas.
- Una función de afrontamiento simbólico del entorno, que aporta seguridad al enfrentarse a potenciales amenazas.
- Una función identitaria, ya que los rituales y mitos informan del camino por el que se puede llegar a ser uno mismo y un miembro ejemplar del grupo.



15.5 Antecedentes de la agresión y mecanismos implicados

La frustración



Dollard, Doob, Miller, Mowrer y Sears (1939) plantearon la *hipótesis de la frustración-agresión*, según la cual cualquier estímulo o acontecimiento que obstaculiza o bloquea la consecución de una meta genera frustración y, a su vez, la frustración desencadena irremediablemente una reacción agresiva. Es decir, la agresión siempre estaría precedida de frustración y la frustración llevaría necesariamente a la agresión. Posteriormente, Berkowitz revisó la teoría original y propuso que la relación entre frustración y agresión era indirecta. Dicha revisión fue llevada a cabo por el autor en dos momentos distintos en los que propuso dos mecanismos que median entre la frustración y la conducta agresiva:

- La *activación* o *arousal* que provoca la frustración es lo que causa la respuesta agresiva (Berkowitz, 1969). Es decir, la frustración no lleva de forma inevitable a la agresión, sino que aporta energía para la realización de las acciones que son más probables en cada persona. En este estado de activación, una persona que tiende, o está predispuesta a responder de forma más agresiva, dispondrá de mayor energía para su acción violenta, pero la conducta no será violenta si la persona está predispuesta a actuar de otro modo.
- El *afecto negativo* es otro mecanismo más por el que indirectamente la frustración lleva a la agresión (véase un análisis detallado de la acción de estos mecanismos en el proceso de agresión presentado en los siguientes cuadros). Concretamente, lo que propone el autor es que la

frustración produce una reacción de cólera, con sus correspondientes manifestaciones expresivo-motoras (entre ellas, enrojecimiento de la cara, aumento de la tasa cardíaca, apretar los puños, gritar, atacar, etc.), y será esta reacción emocional la que active en la memoria las cogniciones, experiencias pasadas y guiones de acción relevantes para la agresión (Berkowitz, 1983).

Estímulos ambientales como antecedentes de la agresión

Los antecedentes ambientales relacionados con la agresión son de naturaleza aversiva. Entre ellos, los más estudiados son el ruido, el hacinamiento, la temperatura ambiental y el dolor.

Una de las conclusiones más interesantes en el estudio de estas variables es que, contrariamente a lo cabría esperar inicialmente, no son las cualidades objetivas de estos estímulos las que determinan su relación con la agresión, sino la experiencia subjetiva que desencadenan. Veamos los resultados más importantes para cada uno de los factores ambientales mencionados:

- **Ruido.** No es el nivel de decibelios, sino la incapacidad para predecirlo y la falta de control sobre su emisión, las dimensiones que mejor explican el malestar que produce y su relación con la agresión (Geen, 1978).



El ruido es un estímulo aversivo que, por su incontrolabilidad e impredecibilidad, puede ser irritante y favorecer la agresividad.

- **Hacinamiento.** Tampoco es la densidad, es decir, el número de personas por unidad de espacio, lo que se relaciona con la conducta agresiva, sino la experiencia subjetiva displacentera asociada a la densidad. Esta experiencia de hacinamiento varía entre las personas y, como consecuencia, la conducta también es diferente.



La percepción de hacinamiento se ha relacionado con la agresividad más que la propia densidad.

- **Temperatura.** Los estudios de archivo y algunos de laboratorio han encontrado una relación lineal entre temperatura y conducta agresiva, tal y como postulaba la *Teoría de la ley térmica de la delincuencia*, es decir, a medida que sube la temperatura ambiente también aumenta la agresión. No obstante, la teoría más extendida actualmente es que la relación no es lineal, sino curvilínea. Los estudios transculturales han confirmado esta hipótesis: en los países extremadamente fríos, como Finlandia, la agresividad es menor; en los países extremadamente calurosos, como Malasia, la agresividad es moderada; y en los países con climas cálidos, la violencia es mayor (Van de Vliert, Schwartz, Huisman, Hofstede y Daan, 1999) (en el Capítulo siguiente se exponen con más detalle las interpretaciones que han recibido las relaciones entre temperatura y agresión).

- *Dolor.* Es un poderoso antecedente de la agresión, pero una vez más se confirma que las reacciones están afectadas por la experiencia subjetiva. Los estudios constatan que los efectos del dolor se combinan con los efectos que produce la explicación que las personas dan a esa experiencia. Así, en el estudio de Berkowitz (1983), los participantes que debían mantener la mano en agua helada, expresaban más irritación y cólera, es decir, más afecto negativo, cuando se les había anticipado que iban a ser expuestos a una experiencia dolorosa que los participantes que no disponían de ninguna información. Además, cuando posteriormente se les daba la oportunidad de agredir, lo hacían de manera más intensa. En un estudio previo realizado por Berkowitz y sus colaboradores (Berkowitz, Cochran y Embree, 1981), ya se había confirmado que esta mayor tendencia a agredir reflejaba un deseo de causar daño, ya que ante las mismas condiciones de dolor con agua helada, los participantes administraban más castigos a otros participantes si previamente se les informaba de que el castigo dificultaría el rendimiento de los castigados.



El dolor es un antecedente relevante de la agresión, aunque modulado por procesos atributivos.

Para recapitular, podemos concluir que los factores físicos y ambientales mencionados pueden favorecer la tendencia a agredir, no tanto por sus cualidades aversivas objetivas, sino por los aspectos subjetivos que contribuyen a la experiencia de malestar o afecto negativo. En términos generales, cabe suponer que cualquier acontecimiento, estímulo o acción que provoquen un empeoramiento de las condiciones que la persona había considerado como aceptables pueden favorecer las manifestaciones de agresión.

En los recuadros siguientes se exponen con cierto detalle los mecanismos en el proceso básico de agresión mencionados en este epígrafe de antecedentes.

Cuadro 15.2: *Mecanismos implicados en el proceso básico de agresión (I). La cólera.*

La cólera o la ira es una emoción intensa que se caracteriza por el deseo o la motivación para dañar y que puede instigar la agresión.

Para explicar la relación entre cólera y agresión se han propuesto varios modelos. Uno de ellos, que adopta una perspectiva biológica, es el *Modelo del cálculo emocional de la agresión* (Blanchard, Blanchard y Takahashi, 1977).

Este modelo clásico propone que existe una conexión cerebral cólera-miedo. Estas dos emociones se relacionarían, respectivamente, con el ataque ofensivo y con el defensivo. Los autores sugieren que la acción de este mecanismo innato modulada por procesos cognitivos que, en definitiva, permiten el análisis de los costes y beneficios derivados de las posibles reacciones. En este sentido, el modelo predice que la agresión será más probable si, ante una situación que produce cólera, se llega a la conclusión que este tipo de conducta es una forma eficaz de enfrentarse a dicha situación. En cambio, si se concluye que los riesgos son muy altos, es posible que se opte por otro tipo de reacción menos costosa. De igual forma, ante una situación que produce miedo, el análisis de los pros y contras de la huida y los del ataque defensivo determinará la probabilidad de que la persona se decante por una u otra opción.

Cuadro 15.3: Mecanismos implicados en el proceso de agresión (II). El *arousal* y su transferencia.

A pesar de que la cólera esta estrechamente relacionada con la agresión, se ha propuesto que el efecto instigador de los antecedentes físicos y ambientales puede derivarse de la activación que producen, ya que aportan energía para la acción. En este caso, el proceso de agresión requiere que:

1. La persona esté activada o con alto nivel de *arousal*.
2. En este estado de activación, la persona esté predispuesta a actuar de esta forma frente a otras alternativas de conducta.

En definitiva, se plantea que la activación aporta energía para realizar la conducta más probable. Veamos con detalle el estudio de Christy, Gefland y Hartmann (1971) que permite diferenciar el efecto de la activación del efecto que podría provocar la frustración en sí misma.

En el estudio mencionado, se permitió a los participantes que observaran a un modelo que golpeaba a un muñeco hinchable. Con este procedimiento, ya utilizado por Bandura y sus colaboradores, se pretendía hacer más probable la agresión que otras conductas alternativas. A continuación, se provocó en los participantes un estado de activación o *arousal*. Para ello, se les sometió a una interacción competitiva de tiempo de reacción. Finalmente, para medir las respuestas agresivas se les dio la oportunidad de actuar o de imaginar su comportamiento posterior.

Este estudio de Christy y colaboradores (1971) confirma el efecto de la activación, ya que no se encontraron diferencias entre el grupo que venció en la competición y el vencido, sino entre los que tuvieron que competir y los que no compitieron. Es decir, el mecanismo que provocó las reacciones agresivas no fue la frustración por haber perdido o el deseo de venganza por el resultado, sino la simple activación derivada de la competición.



En ocasiones la activación inicialmente irrelevante para la agresión puede aportar energía a las conductas agresivas, si éstas son las más disponibles.

Posteriormente se constató que la cólera y la activación o *arousal* podían contribuir conjuntamente al proceso de agresión. Zillmann, Indiana, Katcher y Milavsky (1972) se refieren a la *transferencia de la excitación en la agresión* para referirse al fenómeno por el que las energías producidas por distintas fuentes se acumulan para la realización de una conducta agresiva. En concreto, estos autores sugieren que la energía producida por un estímulo que inicialmente es irrelevante para la agresión puede añadirse al *arousal* elicitado por otro estímulo, próximo en el tiempo, que sí es relevante para la agresión.

En su estudio, sometieron a los participantes, inicialmente provocados por un colaborador del experimentador, a una actividad física (montar en bicicleta estática) de intensidad alta o baja, según la condición. Finalizado el ejercicio, se les dio la oportunidad de vengarse de su agresor. Los resultados indican que los participantes que habían pedaleado con mayor intensidad eran los que mostraban mayor tendencia a vengarse. Las conclusiones derivadas de los resultados fueron tres:

1. La activación producida por la actividad física se sumó a la producida por la provocación.
2. La intensidad de la provocación moduló los efectos de la activación.
3. El tiempo de demora de la venganza debía ser tal que la excitación residual no se hubiera extinguido.

Cuadro 15.4: *Mecanismos implicados en el proceso de agresión (III). El etiquetaje cognitivo.*

A pesar de que la transferencia de activación es un fenómeno potente en el proceso de agresión, lo cierto es que algunos autores han sugerido que una provocación que desencadena cólera o ira en la persona, unida a la presencia de una segunda fuente de excitación, no es condición suficiente para que la transferencia intervenga en el proceso. La transferencia se producirá sólo si las cogniciones y emociones que acompañan a la activación, sugieren que la conducta agresiva es pertinente.

La teoría del *etiquetaje cognitivo* postula que las cogniciones disponibles ante un estado de activación determinan que la emoción resultante se etiquete como relevante para la agresión. Esta teoría predice que si la persona atribuye la excitación a una causa no relevante para la agresión, por ejemplo, al ejercicio físico, será menos probable que la excitación se etiquete como cólera y, como consecuencia, también la transferencia de energía será menos probable. Por el contrario, si la persona atribuye que la excitación que experimenta es consecuencia de la provocación, la activación será etiquetada como cólera, y contribuirá con su energía a las conductas agresivas disponibles en el repertorio de la persona.

En definitiva, según la teoría del etiquetaje, para que se produzca la transferencia de la activación es preciso que se ignore la verdadera fuente de la excitación residual y que, en cambio, se etiquete como una emoción negativa que se está experimentando como consecuencia de una provocación o de una situación relevante para la agresión.

Cuadro 15.5: *Mecanismos implicados en el proceso de agresión (IV). La cólera en la transferencia de excitación.*

Si la Teoría del etiquetaje cognitivo pone el énfasis en mecanismos cognitivos que determinan que la excitación sea reconocida como una experiencia de cólera, otros autores han propuesto que la transferencia de la activación puede producirse incluso en ausencia de dicho etiquetaje cognitivo. Estos autores ponen de manifiesto que la propia experiencia de cólera tiene valor informativo, es decir, que la persona que está experimentando cólera utiliza esta emoción como fuente de información en el proceso, y lo hace en diferentes sentidos: por un lado, la cólera ayuda a interpretar las causas de lo ocurrido, guía la atribución de culpabilidad, e interviene en la elección de la conducta o respuesta oportuna a la situación. Además, en situaciones ambiguas, esta emoción aporta significado y promueve interpretaciones hostiles de lo ocurrido y de la intencionalidad de los implicados. Finalmente, la cólera se manifiesta a través de un conjunto de respuestas asociadas a la violencia, de forma que la transferencia de la activación se puede producir por simples mecanismos asociativos.

Berkowitz (1983) plantea que la cólera se expresa en forma de reacción física, cognitiva y comportamental. La primera caracterizada por la activación o excitación, la segunda por el desarrollo de un conjunto de ideas de venganza y pensamientos de naturaleza hostil, y la tercera incluye una amplia variedad de comportamientos (por ejemplo, apretar los puños, patear, golpear y otros) relacionados con la agresión. Así, es posible que en ausencia de etiquetaje cognitivo, los mecanismos asociativos transfieran de forma automática la activación irrelevante a la cólera y al conjunto de sus manifestaciones que sí son relevantes para la agresión.

En cualquier caso, téngase en cuenta que los efectos del etiquetaje cognitivo y de la cólera en la transferencia de la activación no son incompatibles entre sí, sino complementarios, tal y como se pone de manifiesto en la propuesta final de Zillmann, quien amplía su teoría inicial a una teoría de dos factores —cognitivos y emocionales— en el proceso de agresión (Zillmann, 1988, Zillmann y Bryant, 1994).

15.6 La agresión en el contexto interpersonal

Ataque interpersonal

Entendemos por *ataque interpersonal* una amplia variedad de insultos, menosprecio y otras formas de agresión verbal y física de diversa intensidad. Se trata, quizá, del más potente instigador

de agresión. En términos generales, se ha planteado que cuando los humanos son atacados tienen deseos de dañar. No obstante, al igual que ocurría con otros antecedentes de la agresión, el ataque interpersonal no siempre desencadena una respuesta agresiva, sino que lo hará en función de ciertos aspectos subjetivos. En concreto, el ataque será un poderoso antecedente de la agresión cuando sea percibido como una provocación; es decir, cuando se interprete que está motivado por un deseo de causar daño o que está injustificado.

La explicación del proceso que lleva a interpretar un ataque como una provocación depende de la participación de los procesos atributivos (Weiner, 1993, 1995). Concretamente, se plantea que las personas están motivadas a buscar la causa por la que se les ha atacado o hecho daño. En esta búsqueda de explicaciones, las personas se preguntan si el acto podría haberse evitado (*atribución de control*) y si el daño ha sido intencionado (*atribución de intencionalidad*). En caso de que se considere que la persona que realizó la conducta pudo haberla evitado y se le atribuyan



intenciones hostiles, entonces se inferirá que esa persona es responsable del daño y, como consecuencia, aumentará la ira y el deseo de venganza. Por el contrario, si se percibe que el daño no es responsabilidad del actor, entonces no se producirán ni la ira ni el deseo de venganza. En definitiva, atribuir al atacante una intención hostil y la capacidad para haber evitado la agresión desencadena reacciones emocionales de ira que, en último término, son las que directamente influyen en la agresión. Es decir, el *Modelo atribucional* de Weiner considera que la agresión es consecuencia de procesos cognitivos (procesos atributivos) y emocionales (ira).

Dentro del proceso básico por el que el ataque puede instigar violencia, cabe señalar algunos aspectos que pueden favorecer que la persona perciba intenciones hostiles en el atacante. Entre ellos, ocupan un lugar destacado las *creencias en un mundo hostil*. Creencias como “no te puedes fiar de nadie”, “no esperes nada de nadie, te decepcionará”, o incluso “si alguien te agrede, debes devolver el golpe para que no piensen que eres un cobarde, o para que no vuelvan a hacerlo” entre otras, orientan una percepción hostil de la situación de las expectativas y propician un comportamiento hostil.

Una vez que se ha definido el ataque como una provocación, entran en juego los *esquemas procedimentales*, es decir, los *scripts* o *guiones* (Abelson, 1976) *de acción*, que señalan las formas adecuadas de enfrentarse a una provocación. Estos esquemas de acción indican cómo debe sentirse la persona sometida a un ataque, y confirman si la venganza es una respuesta adecuada.

En este proceso no hay que olvidar que *el deseo de venganza* tiene una fuerza motivacional determinante en los efectos del ataque interpersonal. Cuando una persona se siente atacada, las ideas de venganza son persistentes y se experimenta una sobrecarga emocional que alienta pensamientos rumiativos y otros aspectos relevantes para la agresión. Es decir, la persona dirige sus pensamientos y energías a pensar en lo ocurrido y en el daño recibido. En este estado, se fortalece la intención de lograr la retribución por el perjuicio, y el deseo de venganza se hace más persistente.

No obstante, hay que tener en cuenta que la provocación no siempre es respondida con agresión. Parece ser que en este proceso de agresión las personas desarrollan expectativas y creencias acerca de las *consecuencias futuras de la acción*. Es decir, cuando una persona siente que ha sido víctima de una provocación y se está planteando una venganza, también anticipa

las consecuencias de actuar de esta forma. Si las expectativas auguran el éxito en sus objetivos, por ejemplo, si la persona cree que de esta forma va a lograr el respeto de los provocadores o la retribución merecida, entonces es más probable que lleve a cabo las acciones que está imaginando. En caso contrario, es decir, si la persona anticipa que la venganza no va a permitirle satisfacer sus objetivos, entonces es menos probable que la lleve a cabo. En este sentido, la experiencia previa de éxito y el marco cultural, determinan el tipo de creencias y las expectativas sobre las consecuencias futuras de una acción violenta.



Considerando estos elementos, Topalli y O'Neal (2003) amplían el Modelo atribucional básico y plantean que el motivo de venganza es la resultante de que el perceptor padezca una emoción de ira, atribuya al provocador la responsabilidad o la intencionalidad del daño y, simultáneamente, crea que la venganza es posible y que le permitirá conseguir sus objetivos.

El ataque interpersonal. Recapitulación

El estudio del ataque interpersonal incorpora los mecanismos atributivos en el proceso de la agresión. Además, se han expuesto algunas de las creencias que fomentan el desarrollo de atribuciones de hostilidad, se ha señalado que el deseo de venganza es un factor motivacional que promueve la agresión, y se ha mencionado cómo la consideración de las consecuencias futuras permite la formación de expectativas de éxito de una posible venganza (como se verá posteriormente, estos aspectos reaparecerán como factores intergrupales determinantes en la decisión de formar una organización terrorista).

Violación de normas



El incumplimiento o la trasgresión de normas es un factor que puede alentar reacciones emocionales de ira y agresión, es por este motivo por el que incumplir una promesa, atentar contra la justicia basada en la equidad, en la igualdad o en la necesidad, o el abuso de poder dirigido a mantener o a situar a otro en una posición de desventaja, generan sentimientos de ira, reacciones agresivas y deseos de reparación de la injusticia.

Las normas son elementos fundamentales en la regulación de las relaciones y en el funcionamiento social. Respecto a la agresión, las normas cumplen diversas funciones:

- En primer lugar, las normas establecen un marco común de reglas que guían las interacciones y determinan las consecuencias de su incumplimiento. Estas condiciones permiten que las relaciones sean más predecibles y controlables para los participantes, haciendo más favorable la cooperación, frente a un contexto sin normas en el que es más probable la competición y la lucha.
- En segundo lugar, las normas tienen un valor moral prescriptivo, por el que se concretan las obligaciones, derechos y privilegios que gobiernan la conducta y, al compartirlas, actúan como un marco común de referencia que las personas presuponen cuando interactúan.

Piénsese, a este respecto, en la diferencia entre la reacción que provoca una conducta que nos ha perjudicado, pero que se considera inevitable para conseguir un fin o evitar un mal mayor y la que produciría ese mismo daño si se juzgara innecesario. La percepción de legitimidad o de una justificación, en el primer caso, y el sentimiento de injusticia, en el segundo, serían mejores predictores de las reacciones que el propio perjuicio.

Los procesos de justificación y legitimación tienen también un lado oscuro, ya que pueden favorecer la transgresión de normas sociales o morales que, de otro modo, serían difíciles de infringir. A continuación, se presentarán algunos ámbitos relevantes para la agresión en los que es posible legitimar o justificar la infracción normativa.

Violación de las normas. Recapitulación

La importancia de la violación de las normas como factor instigador de la agresión interpersonal e intergrupal se sustenta en las funciones que cumplen para el individuo y los grupos. El estudio de la violación de las normas ha puesto en primera línea del proceso de agresión el carácter inapropiado o no-normativo de una acción. El sentimiento de injusticia adquiere una relevancia central en la agresión interpersonal pero, especialmente, en una diversidad de manifestaciones colectivas de agresión que, como se verá posteriormente, podrían agruparse en el marco de la violencia política (revueltas, guerra, terrorismo).

15.7 La agresión en el contexto social. Antecedentes y bases emocionales

Exclusión social

En el marco de las relaciones interpersonales entre adultos, parece que el rechazo es un buen predictor de agresión y de ira. Así se pone de manifiesto en el estudio de Baumeister, Wotman, y Stillwell (1993), en el que se comprueba que los celos sexuales y los sentimientos amorosos no correspondidos generan una respuesta de ira.

La Psicología social presta especial atención a las manifestaciones de rechazo y exclusión social ya que son fenómenos que pueden instigar sentimientos duraderos de agravio y humillación que, por un lado, perjudican la salud y obstaculizan la plena participación e integración social de la víctima y, por otro, alientan conflictos prolongados y reacciones agresivas extremas. Las tres formas de exclusión social más comunes son el *mobbing* o acoso laboral, es decir, el rechazo ejercido en el contexto laboral; el acoso escolar, también llamado “matonaje” o *bullying* que se practica en los colegios, y el rechazo estructural, al que llamaremos *exclusión social* y que es el que se practica institucionalmente.

Respecto al *mobbing*, se ha definido como toda conducta no deseada, realizada en el ámbito de trabajo, que tiene como objetivo o consecuencia atentar contra la dignidad de la persona y crear un entorno humillante u ofensivo. Implica la repetición de este tipo de acciones, una relación asimétrica entre agresor/es y víctima y, en términos generales, conforma una situación social que atenta contra el derecho a la intimidad de las personas, el derecho a la igualdad de trato y no discriminación y el derecho a la dignidad en el trabajo. Este tipo de violencia constituye actualmente un problema de interés prioritario entre los denominados riesgos psicosociales en el contexto laboral. Encuestas realizadas recientemente informan de que el 2% de los empleados europeos (tres millones de personas) sufren violencia laboral en diferentes

formas. Los efectos más señalados por las víctimas son un intenso sentimiento de humillación y de que se ha atentado contra su dignidad; además, se avergüenzan de la experiencia y de no poder resolverla, por lo que con frecuencia se sienten culpables de lo sucedido. Por añadidura, las relaciones con el resto de los compañeros se deterioran, la confianza en sí mismos y en los demás se ven comprometidas, se pierde la motivación y se dispara el estrés, la ansiedad y la irritabilidad. Con frecuencia, las víctimas acaban manifestando trastornos psicosomáticos que provocan un elevado absentismo laboral. En definitiva, estas experiencias perjudican la salud física y psicológica del empleado, y deterioran sus relaciones laborales, efectos que conjuntamente perjudican su desempeño en el trabajo y pueden llevar al abandono o a su despido (Fundación Europea para la Mejora de las Condiciones de Vida y de Trabajo, 2000).

En el contexto escolar, más de un 33% de los alumnos reconocen que con bastante o mucha frecuencia son víctimas de insultos, un 4% lo son de agresiones físicas y casi un 1% de amenazas con armas. Por su parte, más de un 40% reconoce que insulta con frecuencia, un 6% agrede físicamente y un 0,3% amenaza con armas (Informe del Defensor del Pueblo, 2000). Numerosos estudios demuestran que los chicos que son rechazados, ridiculizados o maltratados activamente, son los niños menos valorados en apariencia física, en sus conductas de género o intelectualmente. Con frecuencia además, estos niños son estigmatizados, y tienden a ser evitados por el resto de los alumnos por temor a convertirse a su vez en víctimas de rechazo. Se ha señalado además, como un elemento central en el *bullying* o *matonaje*, el desarrollo en los centros escolares de un *currículum oculto* (Jackson, 1968). Esta expresión se refiere a la existencia de una contradicción entre los valores que se transmiten explícitamente, en este caso la no-violencia, y los que se transmiten a través de los comportamientos cotidianos en el centro, en este caso, las repetidas y consentidas prácticas de exclusión y acoso. Algunos autores han considerado que ciertas características del contexto educativo reflejan esta contradicción y contribuyen a que se produzca la violencia entre iguales. Entre ellas señalan la tendencia a minimizar la gravedad de las agresiones entre iguales, considerándolas como habituales e inevitables; actuar como si la diversidad no existiera, transmitiendo que la diferencia no es reconocida ni valorada; y la insuficiente intervención de la institución cuando se producen este tipo de acciones, dejando indefensas a las víctimas y sugiriendo un apoyo implícito (Díaz-Aguado, 2006).

Por otro lado, Morales (2003) estudia la exclusión social prolongada en diferentes contextos sociales y analiza sus correlatos agresivos. Este autor señala el sentimiento de injusticia, de humillación o de agravio como el eje en torno al que se gestan posteriores reacciones agresivas y el deseo de venganza de los afectados. Morales analiza los asesinatos ocurridos en un instituto americano (Columbine, en Colorado, EE.UU.) por dos estudiantes que se suicidaron después de matar a varios de sus compañeros y profesores, y concluye que los agresores, a su vez, habían sido víctimas repetidas y prolongadas de exclusión. Además, confirma que esta exclusión era conocida y tolerada por los miembros de la institución. El autor señala que estos dos aspectos, exclusión social prolongada y cierta indiferencia institucional, son elementos comunes a otras acciones extremadamente violentas, y concluye que es esta tolerancia institucional la que permite la exclusión social. El papel que el silencio de las instituciones tiene en la creación de un clima que promueve la violencia ya fue destacado por Neulle-Newman (1995), quien acuñó el término



espiral del silencio para referirse a este fenómeno en el contexto de las elecciones políticas. En el caso de la violencia, este concepto se refiere al proceso por el que la no intervención de las instituciones ante situaciones de exclusión o violencia es interpretada como una señal de su conformidad con dicha situación. La consecuencia de esto es que, los disconformes o los no indiferentes a la violencia tienen cada vez más difícil intervenir o manifestar su disconformidad. Finalmente, este clima de aceptación se ve aumentado en situaciones de violencia en las que se acentúa el temor a la estigmatización y a la exclusión.

En este punto es inevitable mencionar algunos de los mecanismos que permiten que tanto los individuos como las instituciones convivan con esta forma de agresión a pesar de proclamarse abiertamente en contra de la violencia. Ya se ha señalado que la espiral del silencio y el currículo oculto intervienen de manera central en este proceso. A estos dos elementos cabe añadir otra serie de mecanismos cognitivos y emocionales que pueden estar contribuyendo a esta situación. Entre ellos destacan la creencia en un mundo justo y los procesos de culpabilización y estigmatización de las víctimas. A través de estos procesos se aporta una justificación del trato humillante que las víctimas están recibiendo. Por último, es importante tener en cuenta el efecto de la percepción de amenaza o el miedo, que no sólo pueden legitimar la violencia sino que, incluso, pueden alentar la participación activa en las agresiones y amenazas a las potenciales víctimas.

Considerados conjuntamente estos aspectos, algunos autores sugieren la importancia de promover el desarrollo de una sociedad más justa que no humille ni aliente sentimientos de injusticia. En este sentido, Morales (2003) plantea que este tipo de sociedades requieren para su desarrollo la promoción de creencias de justicia universales, frente a aquellas centradas en los grupos de pertenencia; fomentar la aceptación de las implicaciones o el coste personal que se derivan de la aplicación de la justicia universal y, finalmente, sería preciso promover la gestión creativa de conflictos mediante la difusión del valor de la pluralidad.

Exclusión social. Recapitulación

El fenómeno de la exclusión social ilustra de forma certera que la humillación es un importante antecedente de la agresión. Al margen del contexto en que se ejerza, este fenómeno tiene tres características fundamentales:

1. Se produce de manera continuada.
2. Es posible en virtud de un clima social que tolera o se muestra indiferente hacia estas formas de violencia.
3. Implícito en lo anterior está el hecho de que la exclusión social se ejerce en mayor medida por parte de los miembros más integrados de la sociedad y, por tanto, de los que disfrutan de mayor aceptación y reconocimiento.

En todos los casos, la promoción de una cultura de la no-violencia o, más ampliamente, una cultura de la paz se sugiere como posible estrategia global de prevención.

Relaciones grupales y agresión

Conflicto intergrupar vs. agresión intergrupar

Con frecuencia se ha planteado que las relaciones en el contexto grupal son esencialmente conflictivas. Esta afirmación ha llevado a algunos autores a plantear que los conflictos grupales

violentos son muy frecuentes. No obstante, otros autores insisten en considerar el conflicto como parte sustancial de las relaciones grupales al tiempo que descartan los conflictos violentos como un elemento definitorio de dichas relaciones, en este caso consideran que las agresiones surgen como consecuencia de factores variables y de distinto orden.

En cualquier caso, es posible identificar el tipo de conflictos que ofrecen más dificultades para ser gestionados de forma pacífica. Javaloy, Rodríguez y Espelt (2001) señalan que los conflictos intragrupales más frecuentemente relacionados con la agresión son:

- Los que implican una pugna por adquirir el liderazgo o estatus dentro del grupo.
- Los que surgen cuando el grupo se siente amenazado, bien por agentes externos al grupo, bien por conflictos internos que amenazan la posición de sus líderes.

La lucha por el poder dentro de un grupo puede promover el uso de violencia coactiva de diverso grado. Entre las estrategias más frecuentes de coacción cabe señalar el uso de amenazas para conseguir la conformidad y el establecimiento de coaliciones que garanticen el éxito de la propia opción y el fracaso de las opciones alternativas (Morales y Navas, 2004).

Por otro lado, las relaciones intragrupales se pueden volver más coactivas cuando el grupo se siente amenazado por agentes externos. En estas situaciones se intensifican algunos de los fenómenos cognitivos y emocionales característicos del funcionamiento en grupo, como el pensamiento grupal (Janis, 1972) y sus manifestaciones correspondientes: la polarización grupal, la ilusión de invulnerabilidad del grupo si permanece unido y la creencia de moralidad superior del propio grupo frente al resto (véase Huici, 2004). En este contexto de relaciones, los procesos de influencia social también se acentúan y potencian sus efectos como formas de presión intragrupal dirigidas a fomentar la identificación, la cohesión y la aceptación de las decisiones del grupo. En un capítulo posterior de este texto se verá con más detalle la importancia de los procesos de influencia social, como son la validación social (Festinger, 1950), la presión hacia la uniformidad (Asch, 1952), la imitación y la sugestión (LeBon, 1896), así como los procesos de desindividuación dentro del grupo (Zimbardo, 1969) y de obediencia a la autoridad (Milgram, 1974). El consecuente aumento de la tensión en la gestión de los conflictos puede llevar a importantes fracturas internas y al ejercicio de un liderazgo destructivo, es decir, aquel que produce sesgos en la toma de decisiones y desencadena consecuencias perjudiciales para el propio grupo y sus relaciones con el exterior.

Un caso extremo de violencia intragrupal se produce en los grupos que se definen a partir de la violencia (piénsese en el caso de los *Skin heads* que llevan ya varias décadas actuando en distintos países, o el de los Latin King y los Ñetas, que desde el comienzo de esta década han trasladado sus acciones a los países a los que han llegado como emigrantes). En estos casos, la agresividad es un requisito necesario para ganar estatus en tales grupos, los líderes y los miembros más valorados servirán como modelos de acción agresiva y de identificación con la violencia. Es frecuente, además, que en estos grupos se generalice el temor a ser considerado un desviado o un mal cumplidor de la norma y que algunos miembros vigilen las conductas de los compañeros.

La situación se agrava radicalmente cuando estos grupos rompen con el mundo exterior, bien aislándose físicamente en comunidades cerradas, sin comunicación libre con el exterior, bien, de forma simbólica, rompiendo los vínculos afectivos y sociales previos y ajenos al grupo. Javaloy y cols. (2001) plantean que en estas comunidades cerradas predomina una fuerte



cohesión grupal, la despersonalización, el hermetismo y el compromiso total con la ideología compartida y con la comunidad. En una situación de aislamiento, los procesos de influencia y control social mencionados anteriormente y los que actúan en las relaciones sociales cotidianas actúan como fuerzas ambientales que restringen poderosamente las opciones de los miembros del grupo y su capacidad para resistirse a la presión grupal.

Conflicto intergrupal vs. agresión intergrupal. Recapitulación

En este epígrafe, se ha puesto de manifiesto que la agresión intergrupal es una forma de gestionar los conflictos y no un componente sustancial de las relaciones intergrupales en este contexto, dos son los principales instigadores de agresión: la lucha por el poder y la percepción de amenaza. Los mecanismos que se desencadenan en esta situación y que pueden llevar al uso de la coacción con diferente grado de violencia son, por un lado, los instrumentales, es decir, aquéllos que optimizan las probabilidades de conseguir los propios intereses y, por otro, los mecanismos basados en el miedo, ya que la percepción de amenaza a la integridad del grupo, actúa como elemento motivador de las acciones violentas y dispara numerosos procesos cognitivos y emocionales relevantes para la agresión.

La agresión en las relaciones intergrupales

Los modelos predominantes en el estudio de las relaciones intergrupales sugieren algunos de los mecanismos comunes que pueden llevar a una gestión violenta de los conflictos intergrupales. Las tres tradiciones predominantes aplicables al estudio de la agresión intergrupal son la Teoría del conflicto realista, la Teoría de la identidad social y las teorías de la comparación social.

- Desde la *Teoría del conflicto realista* (Sherif y Sherif, 1969) se ha señalado que las relaciones que con mayor frecuencia pueden derivar en conflictos violentos son las relaciones competitivas del tipo “suma-cero”. Este tipo de situaciones consisten en la competición por unas

metas u objetivos que sólo uno de los grupos puede alcanzar, es decir, el hecho de que un grupo alcance la meta supone que el otro grupo no puede alcanzarla. Numerosos estudios evidencian que la competición por el acceso a los recursos valorados y escasos genera rechazo, hostilidad y discriminación intergrupal. En estas condiciones, el miedo y la percepción de amenaza al bienestar del propio grupo o de uno mismo como miembro del grupo, estimulan enfrentamientos más violentos.



- *La Teoría de la identidad social y la Teoría de la categorización social* (Tajfel, 1970, Tajfel y Turner, 1986) sugieren también mecanismos desencadenantes de conductas agresivas, prejuiciosas y diferenciadoras entre los miembros del propio grupo y los otros. En este caso, la teoría predice que los mecanismos que promueven la cohesión grupal pueden, en determinadas condiciones, llevar a la exclusión y a la agresión intergrupal. Javaloy y cols. (2001) afirman que, mientras que la categorización social alienta que el *favoritismo endogrupal* se manifieste como una tendencia a favorecer a los miembros del propio grupo frente a los no miembros, la pérdida de cohesión interna o la percepción de amenaza a la identidad social del propio grupo fomentan las expresiones agresivas de dicho favoritismo endogrupal.
- *Las teorías de la comparación social* (Festinger, 1950) han despertado gran interés en la explicación de las acciones colectivas violentas dirigidas a cambiar la situación social. Desde esta perspectiva se han señalado los mecanismos emocionales que se relacionan con la adopción de acciones colectivas violentas, concretamente los sentimientos de ilegitimidad, injusticia y frustración. Esta perspectiva permite incorporar los elementos estructurales en la interpretación de los actos violentos colectivos, ya que los mecanismos de comparación social actúan de forma preeminente cuando se manifiestan desigualdades sociales asociadas a diferentes grupos.

Los procesos de comparación social se han integrado en las teorías del conflicto realista y de la identidad social mencionadas anteriormente. En el marco de la Teoría del conflicto realista, los procesos de comparación social predicen agresión societal cuando los miembros de una sociedad experimentan discrepancia entre los bienes o las condiciones de vida que consideran que deberían tener y los que tienen o piensan que podrán alcanzar (Gurr, 1970). La percepción de discrepancia se ha llamado *privación relativa*, y el mecanismo propuesto para explicar su efecto en la agresión societal de distinto tipo (revueltas, golpes de estado y otras acciones contra el sistema o las instituciones) sería el malestar que produce esta discrepancia. Este malestar, también llamado *frustración sistémica*, actúa como factor motivacional que predispone a la agresión. En definitiva, se trata de incorporar la hipótesis de la frustración-agresión a la experiencia de privación relativa.

Finalmente, en el marco de la Teoría de la identidad social, los procesos de comparación social están en el origen de la *identidad social inadecuada*. Este tipo de identidad se desarrolla cuando, al comparar al propio grupo con otros en una dimensión valorada socialmente, el resultado es negativo para el propio grupo. La teoría predice que el malestar que produce esta comparación negativa promueve, con gran facilidad, intentos de restaurar la identidad positiva mediante la competición social violenta.

La agresión en las relaciones intergrupales. Recapitulación

El contexto intergrupal abarca una gran cantidad de mecanismos que se activan cuando se relacionan personas de diferentes grupos. Las relaciones intergrupales pueden derivar en conflicto agresivo en virtud de la existencia real o percibida de conflicto de intereses, ante la presencia de sentimientos de amenaza o bien como fruto de los procesos de comparación que ponen de manifiesto desigualdades o desequilibrios no aceptables a juicio de los afectados. La Teoría del conflicto realista, la Teoría de la identidad social y las teorías de la comparación social aportan un contexto de análisis de los mecanismos implicados en el proceso de agresión intergrupal.

15.8 Factores de riesgo psicosocial

Los aspectos mencionados en los apartados anteriores constituyen los factores culturales y situacionales que ocasionalmente pueden afectar a la expresión de agresividad. A continuación, mencionaremos una serie de experiencias personales que se han relacionado con la tendencia diferencial a utilizar la agresión en las interacciones. Estas experiencias adquieren una gran importancia a lo largo del ciclo vital, especialmente si se tiene en cuenta que, con frecuencia, confluyen en una misma persona. Es por este motivo por el que se ha hablado de la existencia de *síndromes psicosociales de riesgo*, expresión que refleja que la coincidencia de dos o más de estas experiencias sobre una misma persona puede fomentar tendencias relativamente estables de comportamiento agresivo. Comentaremos, a continuación, el impacto que los vínculos afectivos básicos, los patrones de socialización y la experiencia de violencia en la familia tienen sobre las tendencias agresivas de los individuos cuando alcanzan la edad adulta. El análisis de estos factores ilustra su impacto a corto y largo plazo. Finalmente, respondiendo a la profunda preocupación que genera en las sociedades actuales la violencia terrorista, describiremos someramente algunos de los factores personales y contextuales que se han relacionado con la participación en este tipo de violencia.

Vínculos afectivos básicos: el apego a los padres



A partir de los 6-7 meses de edad la madurez psicológica del niño ya le permite establecer vínculos afectivos con el resto de las personas. Distintas teorías y autores coinciden en considerar que estos vínculos conforman una plataforma sobre la que se desarrollan habilidades emocionales y de conducta relevantes para el desarrollo en general. Su importancia se pone de manifiesto principalmente ante experiencias estresantes, ya que el desarrollo

inadecuado de tales vínculos se convierte en un obstáculo en las relaciones que el niño, y luego adulto, establece con el entorno.

Los estudios de laboratorio realizados con el *Test de situaciones extrañas* (Ainsworth, Blehar, Waters y Wall, 1978) diferencian entre cuatro tipos de vínculos, caracterizados a partir de los patrones de relación que el niño establece con su madre y con el entorno. De estos cuatro tipos, uno se considera que satisface la necesidad de seguridad del niño y los otros tres, no.

- El *modelo seguro* se logra cuando los padres son sensibles a los estados emocionales de los niños y responden a estos estados.
- Los *modelos inseguros* (evitativo, ambivalente y desorganizado, respectivamente) son consecuencia de conductas parentales erráticas, intrusivas e inconsistentes con las necesidades de los niños.

Estos tipos de vínculos predicen tendencias diferenciales hacia la agresión ya que aportan el tipo de experiencias que permitirán al niño enfrentarse eficazmente a las situaciones estresantes o, por el contrario, les impedirá desarrollar estrategias eficaces de afrontamiento. Los resultados sugieren que sólo el *modelo seguro* posibilitará el éxito de estos aprendizajes. Por el contrario, los *modelos inseguros* son los que se relacionan sistemáticamente con las conductas de oposición y agresión hacia los adultos.

Patrones de socialización

Los patrones de socialización desarrollados por los padres a lo largo de la infancia y la adolescencia de los hijos parecen tener un efecto central en su conducta agresiva y en su comportamiento en la edad adulta. Comparando a los niños agresivos con los no agresivos, se han encontrado diferencias en el clima emocional que desarrollan los padres en sus relaciones con los hijos, en el tipo de disciplina que imparten y en el tipo de órdenes que les dan. Concretamente, los estudios demuestran que los niños agresivos proceden de familias en las que hay baja calidez emocional y alto nivel de hostilidad mutua (Bandura y Walters, 1959). Además, uno de los mejores predictores de problemas de agresividad en los niños es la falta de supervisión y control (Zinder y Patterson, 1987).

En términos generales, se ha observado que, cuando se sienten aceptados y reconfortados por sus padres, los niños se hacen más sociables, emocionalmente más estables, desarrollan una alta autoestima, un sentimiento de autoaceptación y visiones positivas del mundo. Por el contrario, cuando se sienten rechazados, son golpeados o tratados con un lenguaje sarcástico, humillante o negligente, los niños tienden a convertirse en adultos que actúan de forma hostil, insensible, inestable y dependiente, y a desarrollar una baja autoestima y visiones negativas del mundo.

Finalmente, parece que es la consistencia de la conducta parental la variable más importante de los métodos parentales, incluso más que los métodos utilizados para reforzar las demandas que plantean a sus hijos. La consistencia permite al niño desarrollar cierto control sobre el entorno y sus consecuencias, así como aprender los límites entre los que varía la conducta aceptable (McCord, 1983, 1991).



Experiencias de violencia

Experiencias de violencia en el contexto familiar



Ya se había mencionado anteriormente el efecto y los mecanismos por los que la observación de modelos violentos y la exposición a la violencia en los medios de comunicación podían promover la agresividad (véase en este sentido el recuadro “La violencia en los medios de comunicación”). En aquella ocasión se había puesto de manifiesto que la exposición indirecta a la violencia desencadena procesos de aprendizaje vicario que permiten la adquisición y mantenimiento de manifestaciones agresivas. Otra forma de experimentar la

violencia de forma más poderosa es la exposición directa a un ambiente violento. En estos casos, el niño se convierte en víctima de la violencia en dos sentidos. Primero, alterando su desarrollo emocional y psicosocial. En segundo lugar, restando capacidad a los padres para satisfacer las necesidades de cuidado y apoyo imprescindibles para el desarrollo del niño. Esto ocurre tanto cuando los propios progenitores son los agresores como cuando son víctimas de las agresiones.

Con frecuencia los niños criados en entornos familiares violentos presentan alteraciones emocionales y de comportamiento y dificultades en su desarrollo moral. Además, Ney, Fung y Wickett (1994) encuentran en su estudio, que estas experiencias infantiles tienen repercusiones a largo plazo: desarrollan una visión negativa del mundo y de sí mismos, pierden la capacidad de dar un significado a la vida y se malogran sus expectativas de ser felices en el futuro.

De forma general, se ha encontrado que la hostilidad emocional entre los padres, y los abusos físicos por parte de éstos, se relacionan con las expresiones agresivas y antisociales de los hijos (Coie y Dodge, 1998). Las agresiones físicas recibidas de los propios padres se relacionan más con las agresiones que los niños dirigen hacia los cuidadores y otras figuras de autoridad. McCord (1983) interpretó estas conductas como una estrategia defensiva que reflejaba la necesidad de prevenir y protegerse de futuros maltratos.

Finalmente, hay que considerar que, con frecuencia, este conjunto de situaciones de riesgo coinciden con otras muchas adversidades económicas, familiares y sociales que se convierten en obstáculos poderosos para el desarrollo normal de los niños (pobreza, hacinamiento, malnutrición, falta de cuidados y de estimulación intelectual, desempleo e inestabilidad familiar y otros).



Experiencias de violencia asociadas al contexto. Factores de riesgo y vinculación a grupos terroristas

No queremos terminar este capítulo sin hacer referencia a la violencia dirigida a generar terror, ya que constituye uno de los fenómenos sociales que más están preocupando en la actualidad. La creciente presencia de bandas violentas a las que se están incorporando jóvenes de diferentes estratos sociales, así como la progresiva internacionalización del terrorismo, están generando numerosos debates sobre las variables personales y ambientales de su origen. En este contexto, señalaremos algunas de las experiencias que aparecen en el historial de numerosos miembros de estas organizaciones y que, por ello, se han propuesto como factores de riesgo personal que pueden estar incidiendo en la vinculación a grupos terroristas.

Antes de señalar los factores de riesgo asociados a la vinculación con grupos terroristas, definiremos algunos conceptos tal y como se entienden en las sociedades actuales. Se entiende por *organizaciones terroristas* a las agrupaciones que se caracterizan por utilizar la violencia con el objeto de lograr el control y la presión política (basado en Seoane, Garzón, Herrar y Garcés, 1988). En el contexto de los movimientos sociopolíticos, el *terrorismo* es definido como aquéllas acciones que utilizan el terror como un medio para alcanzar objetivos y metas políticas (Jenkins, 1981).



En las sociedades actuales, el terrorismo se asocia a las acciones violentas realizadas por organizaciones que se encuentran fuera del marco legal y que se definen por su oposición a las instituciones y a las estructuras de gobierno. En este contexto, las acciones de las organizaciones terroristas convierten a las víctimas en intermediarios entre el Estado y la organización terrorista, ya que este tipo de actos violentos no sólo sirven para expresar la confrontación, sino porque generan entre la población quejas y reclamaciones al Estado

que pueden poner en duda su legitimidad y desestabilizar el gobierno. Este es el clima social propicio para el cambio buscado por la organización terrorista.

Se presentan a continuación algunos de estos factores de riesgo personal (véase de la Corte, 2004). Seguidamente se mencionarán correlatos sociales que envuelven el origen del terrorismo y que permiten concebir el proceso de agresión terrorista como un producto de la socialización política y social que se manifiesta ante determinadas condiciones sociales.

Respecto a la vinculación a organizaciones terroristas, los autores mencionan algunas experiencias personales que han aparecido en la biografía de gran parte de los terroristas considerados:

- Evidencia de haber sufrido problemas de falta de apoyo familiar y social.
- Una historia de conflictos familiares tempranos de diverso tipo.
- Socialización precoz, en el entorno familiar o académico, en una ideología política y una subcultura de la violencia, e incluso haber tenido los contactos necesarios para que se produjera el reclutamiento por parte de la organización terrorista. Estas redes sociales, plantean los autores, fomentan una implicación progresiva en grupos, asociaciones y actividades políticas radicalizadas.

Respecto al origen del terrorismo, se han señalado las siguientes condiciones sociales potencialmente instigadoras de la opción terrorista:

- El desarrollo de grupos potencialmente hostiles y agresivos es más probable en situaciones de crisis política, identitaria y social, o por un largo proceso de deslegitimación (dirigido o no) del orden político establecido.
- Padecer efectos traumáticos como consecuencia de este tipo de situaciones sociales: víctimas y espectadores de la represión y la discriminación estatal, o de la pobreza extrema, factores psicológicos como la frustración, el odio y el deseo de venganza.
- Experimentar sentimientos y percepción de injusticia o privación relativa.

En cualquier caso, respecto a la decisión de fundar una organización terrorista, se ha encontrado que la condición necesaria para esta decisión es la intervención de dos tipos de criterios:

- a) Los que tienen que ver con el interés personal y la eficacia de las acciones.
- b) Los relacionados con valores de índole cultural, política o ideológica.

A partir de los primeros se conforman las expectativas de éxito de las acciones violentas. Los segundos, determinan el valor que se otorga a dichas expectativas.

Factores de riesgo psicosocial. Recapitulación

En los apartados anteriores hemos señalado los factores situacionales o culturales que ocasionalmente pueden afectar a las manifestaciones agresivas. No obstante, algunos autores han identificado una constelación de factores instigadores de agresión que confluyen sobre una misma persona aumentando el riesgo de agresividad relativamente estable. Los vínculos familiares y los patrones de socialización, por un lado, pueden poner en peligro la adquisición de habilidades comportamentales, cognitivas y emocionales que resulten adaptativas para afrontar el estrés y establecer vínculos afectivos. La experiencia de violencia en el núcleo familiar altera el desarrollo normal del niño en etapas muy críticas y amenaza el contexto de apoyo y cuidado que se espera proporcione la familia. Finalmente, se identifican una serie de factores de riesgo que pueden relacionarse con la decisión de vincularse a un grupo terrorista e, incluso, de fundar una organización de ese tipo.

15.9 Resumen

Las manifestaciones de agresión en la vida cotidiana son múltiples y, aunque en ocasiones son conductas que sirven a otros fines más allá de la propia agresión, con frecuencia se realizan con el fin último de provocar daño y están guiadas por una intensa emoción de cólera. A pesar de las formas extremas que puede adoptar, la conducta agresiva tiene un valor adaptativo al contexto: no sólo se aprende socialmente, sino que la cultura canaliza sus significados y manifestaciones.

En este capítulo nos hemos centrado en aquellas aportaciones teóricas y empíricas que sugieren modelos y teorías explicativas de la agresión. A lo largo del texto se han expuesto los antecedentes que con mayor frecuencia desencadenan reacciones agresivas, identificando el proceso y los mecanismos moduladores que hacen de tales antecedentes instigadores de cólera y del deseo de causar daño. Para analizar las diferentes formas en las que se manifiesta la agresión, se han considerado las condiciones interpersonales y grupales que más probablemente pueden llevar a interacciones agresivas, y los mecanismos que actúan en tales situaciones. Finalmente, se han señalado algunas de las experiencias personales que pueden incidir en la tendencia diferencial a reaccionar agresivamente.

Términos de glosario

Afecto negativo

Agresión afectiva

Agresión instrumental

Agresión social

Activación o arousal

Bullying

Celos sexuales

Currículum oculto

Escalada de violencia

Espiral de silencio

Evaluación o appraisal

Factores de riesgo de conducta agresiva

Frustración

Hipótesis de la frustración-agresión

Modelo del cálculo emocional

**Motivo de retribución
(y meta de retribución)**

Motivo de venganza

Pensamientos rumiativos

Teoría de la Ley térmica de la delincuencia

Teoría del Aprendizaje Social

Teorías cognitivas

Teorías del impulso

Lecturas y recursos recomendados

Arias, A. V. (2003). Grupos coercitivos: Características y contextos. En J. F. Morales y C. Huici (Dir.), *Estudios de Psicología Social* (pp. 395-435). Madrid: UNED.

En este capítulo se analizan los procesos de influencia y las reacciones que desencadenan las relaciones intra e intergrupales en los miembros de este tipo de grupos. Las dinámicas presentadas ilustran un grado extremo de condiciones de influencia y presión intragrupal.

Blanco, A. (2005). Obediencia, desindividuación e ideología: el drama de la libertad. En A. Blanco, R. del Águila y J. M. Sabucedo (Eds.), *Madrid 11-M. Un análisis del mal y sus consecuencias* (pp. 153-187). Madrid: Trotta.

Este capítulo sitúa los atentados del 11-M y el terrorismo en el contexto social. Señala algunas de las importantes coincidencias entre las motivaciones y valores de los protagonistas de este tipo de acciones y el resto de las comunidades identificando algunos de los mecanismos esenciales de las relaciones grupales y las condiciones sociales que pueden derivar en comportamientos de terror.

Goldstein, A. P. (2002). *The Psychology of group aggression*. Chichester: Wiley Series in Forensic Clinical Psychology.

Este libro presenta las dinámicas grupales relevantes para la agresión, un análisis más detallado de la agresión en diferentes contextos y estrategias de intervención.

De Rivera, J. (1991). La Psicología de la paz en los Estados Unidos". *Revista de Psicología Social*, 6, 87-96.

Este artículo constituye el trabajo principal del dossier sobre Psicología de la Paz publicado en la *Revista de Psicología Social* (volumen 6/1, pp. 85-116). El autor aborda algunas de las cuestiones relevantes para el desarrollo de una sociedad pacífica, así como algunas de las teorías psicosociales que se han aportado para ilustrar las dificultades que surgen a la hora de lograr la solución pacífica de los conflictos.

Morales, J.F. *Multiculturalismo. Tolerancia o reconocimiento*. Programa de radio de la UNED emitido el 23/02/2003.

<http://teleuned.uned.es/teleuned2001/html/r-radio.htm>

En este programa se plantea que las sociedades tolerantes se definen por el trato que dan a sus ciudadanos. El profesor Morales destaca el valor de la experiencia de dignidad que confiere este tipo de sociedades y discute sobre la importancia de evitar el trato institucional humillante.

Morales, J.F. *El líder político en la era mediática*. Programa de Televisión de la UNED emitido el 26/05/2006.

<http://teleuned.uned.es/teleuned2001/html/r-radio.htm>

Este programa de televisión analiza, entre otros aspectos, la cara oscura del liderazgo, que se refleja en lo que los autores llaman *liderazgo destructivo*. Aporta una visión interesante de cómo el ejercicio del liderazgo puede, en determinadas ocasiones, desencadenar acciones violentas y decisiones sesgadas.

Nouvilas, E. y Arias, A.V. *La justicia en las relaciones intergrupales*. Programa de radio de la UNED emitido el 21/12/2003.

<http://teleuned.uned.es/teleuned2001/html/r-radio.htm>

En este programa, se discuten algunas teorías clásicas de la justicia en las relaciones grupales y se presenta evidencia empírica de la naturaleza multidimensional de este concepto.

El componente cultural de la violencia

Esther López Zafra

Objetivos

El primer objetivo de este capítulo es explorar una dimensión de la agresión que, con mayor frecuencia de lo que sería deseable, ha tendido a quedar oscurecida en la literatura psicosocial. Se trata, en concreto, de la dimensión cultural. Introducir esta dimensión en el estudio psicosocial de la agresión es necesario para poder ubicar la agresión en el contexto en el que surge, se desarrolla y produce sus efectos y consecuencias.

En conexión con ese primer objetivo está el de presentar de forma ordenada las contribuciones más recientes de los psicólogos sociales en el análisis de los componentes culturales de la agresión. Para conseguirlo, se presentan esas contribuciones en el marco de un debate con una visión alternativa, la de las relaciones entre calor y agresión.

Otro objetivo, relacionado con los dos anteriores, es describir con cierto detalle las investigaciones recientes sobre la llamada *cultura del honor* y mostrar cómo remiten al papel de las normas reguladoras de la agresión. Ese objetivo se complementa con el de mostrar cómo se aplican los resultados de las investigaciones aludidas a la comprensión de un fenómeno que caracteriza de forma singular a ciertas sociedades: la violencia de género.

Todos los objetivos anteriores se articulan con los objetivos generales del Capítulo 12 sobre Relaciones interpersonales y con el objetivo general de este manual de presentar la perspectiva psicosocial.

16.1 Introducción

El estudio de la agresión y la violencia en Psicología social es recurrente y de gran importancia, debido fundamentalmente a las consecuencias negativas de estos dos procesos. Sin embargo, al igual que en el estudio de otros procesos en Psicología social, las orientaciones teóricas y las investigaciones más conocidas sobre agresión y violencia corresponden a la corriente de la Psicología

social dominante. Esta corriente ha sufrido una importante “americanización”, ya que ha sido en los Estados Unidos de Norteamérica donde se ha desarrollado la era moderna de la Psicología social, con una atención tal vez excesiva a los elementos individuales, lo que ha producido un sesgo individualista de la Psicología social (Morales, 2000). Los libros de texto han llegado incluso a ignorar aspectos de tipo cultural que hacen que un mismo fenómeno adopte formas distintas dentro de una cultura concreta. Ello, unido a los elementos subculturales, así como a los aspectos de tipo transcultural, hace que tales libros de texto parezcan, más bien, según Tedeschi (1988, p. 15), “enciclopedias virtuales de un laboratorio norteamericano de Psicología social”. Pese a todo, desde la década de los años 80 se produce un gran auge de las aportaciones culturales y transculturales que, por medio de comparaciones entre países y de la constatación de diferencias y semejanzas, permiten alcanzar un conocimiento más complejo y completo de la realidad social.

16.2 Concepto de agresión y violencia

En general, la *agresión* se considera una conducta o tendencia hostil o destructiva (Morales y Moya, 1994; Morales y Arias, 1999). En el *Handbook of Social Psychology* de 1998 la revisión sobre definiciones de agresión indica la aceptación por los psicólogos sociales de que la agresión o violencia es cualquier forma de conducta dirigida a hacer daño o herir a otro ser viviente motivado a evitar ese trato (Geen, 1998). Este hecho implica la aceptación de intencionalidad. Además, autores como Geen (1990) diferencian dos tipos de agresión ampliamente aceptados. Por un lado, se habla de *agresión colérica o afectiva* cuando la violencia o agresión se produce como reacción a una provocación previa y cuyo fin en sí mismo es herir o dañar a alguien. Por otro lado, se habla de *agresión instrumental* cuando el fin no es hacer daño, sino conseguir algún otro objetivo (por ejemplo, autodefensa o poder social). En definitiva, la violencia puede producirse por conductas físicas o verbales (Myers, 1995) que tienen la intención de herir a alguien, sea ese u otro el fin del acto violento.

Ambos tipos de agresiones pueden producirse en cualquier cultura. Sin embargo, es evidente que los procesos de socialización son distintos entre culturas. Si la agresión se aprende, entonces podemos decir que la violencia y agresión son aspectos puramente culturales, ya que todo aprendizaje humano acontece en contextos culturales (Segall, 1988). Este hecho motiva que las manifestaciones agresivas también tengan relación con los valores, normas y modelos principales de cada sociedad. De este modo, en cada cultura la religión, política, economía o moral dominante reforzará o castigará distintas formas de agresión. Por eso, tal y como indica Segall (1988) si queremos saber qué conductas agresivas serán más frecuentes, hacia quién y bajo qué circunstancias, deben incluirse variables culturales para estudiarlo.

16.3 El componente cultural en las teorías sobre agresión

Las explicaciones fundamentales sobre agresión y violencia se han centrado en tres aspectos (a) aspecto genético de la violencia, (b) violencia o agresión como respuesta a la frustración, (c) agresión o violencia en función de patrones de aprendizaje.

Las hipótesis del impulso o agresión como respuesta a la frustración constituyeron los primeros intentos sistemáticos de definir la agresión como reacción a situaciones ambientales y ha sido muy utilizada. Hoy día muchas de sus predicciones se siguen probando y apoyando. La única crítica que se mantiene es que no explica cómo aprendemos a reaccionar de forma agresiva y a controlar cuando lo hacemos.

Las teorías del aprendizaje social solventarían esta crítica a las teorías del impulso. Surgen en los años 70 como intento de resolver las preguntas que se hacían sobre la adquisición y mantenimiento de la agresión. Ha sufrido varias re-elaboraciones y aquí nos centramos en su forma final para explicar la conducta violenta.

A grandes líneas, esta teoría afirma que los seres humanos adquieren el comportamiento agresivo a través de la experiencia pasada u observando las acciones de los demás. La frustración y la carga genética funcionarán como potenciales del comportamiento agresivo, pero es la experiencia la que nos indica (a) cuál es el objetivo adecuado de nuestra violencia, (b) qué acciones justifican la respuesta agresiva, (c) cuándo podemos recibir recompensas y cuándo castigos por nuestro comportamiento violento (por ejemplo, la rabieta de un niño resulta recompensada, si con ella consigue lo que quiere).

Esta teoría sobre la agresión es eminentemente cultural. La cultura marca lo que debe aprenderse ofreciendo normas, estándares y modelos que emular. También la cultura ofrece refuerzos y, a través de los valores, el contexto socioeconómico, religioso y moral anima algunas conductas mientras que desanima otras (Segall, 1988). Posteriormente, la experiencia hace que se desarrolle un sentido sobre las reglas de conducta prescritas por la sociedad que se convierten en guía de conducta. De este modo, la agresión se internaliza y controla y se generan una serie de guiones de conducta en función de escenarios. La pregunta que nos hacemos es: ¿cuándo se producirán esas respuestas violentas? Existe una variedad de experiencias aversivas (frustración, dolor...) que nos activan, pero nosotros anticipamos las consecuencias, por lo que será más probable actuar violentamente cuando estamos activados y podemos obtener recompensas.

Esta teoría, junto con la hipótesis frustración-agresión, han sido las más influyentes, tal vez porque permiten examinar influencias específicas y facilitan el control del aumento o la disminución de los factores activantes que pueden provocar agresividad o violencia.

16.4 Cultura y agresión: influencia de los factores culturales sobre las variables que intervienen en la violencia

Sea cual sea la orientación teórica que se elija, uno solo de los elementos relevantes (biología, frustración o aprendizaje) no va a ser capaz de provocar directamente un acto violento o agresivo. Independientemente de la predisposición de la persona a mostrarse más o menos violenta, una serie de variables aumentará o disminuirá esa probabilidad de actuación violenta (por ejemplo, ruido, calor, hacinamiento...). Estas variables han sido objeto de numerosas investigaciones pues son las que se prestan a manipulación para producir modificaciones en la cantidad de agresividad manifestada. Otra implicación importante es que, si estas variables modifican la agresividad manifestada, cabría reducir la cantidad de actos violentos que se producen en la actualidad. Sin embargo, incluso estos incidentes aversivos varían en su incidencia en función de la cultura. Lo que para un español medio es hacinamiento no lo es para un español gitano y menos aún para un indio. De forma parecida, en los países cálidos la necesidad de espacio interpersonal es menor que en los países más fríos. Estos ejemplos nos sirven para ilustrar que un mismo concepto puede tener un significado intra-e intercultural diferente.

Durante mucho tiempo se ha intentado explicar las diferencias existentes entre países, e incluso entre zonas geográficas de un mismo país, en las manifestaciones de agresión y violencia. Dos han sido las propuestas que, intentando explicar, en principio, las diferencias geográficas en los Estados Unidos, enfatizan la importancia, por un lado, de la temperatura (grupo de Anderson) y, por otro, del componente cultural (grupo de Cohen).

Estudios sobre la relación entre temperatura y agresión

Los investigadores que más se han centrado en estudiar la variable temperatura son los del grupo de Craig Anderson. En general, hablan de una *hipótesis del calor* ya que, aunque Berkowitz (1993, 1999) apunta que tanto frío como calor deberían, bajo la *Teoría del neosociacionismo cognitivo*, provocar el mismo resultado, Anderson y Anderson (1996) informan de la inexistencia de datos que avalen esta postura, ya que el porcentaje de actos violentos que se cometen es significativamente inferior en días fríos.

Según la hipótesis del calor, en el momento en el que aumenta la temperatura, se produce un aumento en la ratio o porcentaje de delitos cometidos, si bien se debe tener en cuenta que este aumento se produce en los actos violentos que implican un componente afectivo, pero no en delitos como los que se cometen contra la propiedad, o instrumentales. También hipotetizan la existencia de un *efecto verano*. Concretamente, Anderson, Bushman y Groom (1997) analizaron los delitos cometidos entre 1950 a 1995 controlando aspectos como la edad y pobreza. Comprobaron la existencia de una relación positiva entre el número de días calurosos y la magnitud del *efecto verano*, es decir, que la violencia sufría un incremento importante en función del calor (excepto en los casos de delitos contra la propiedad que no correlacionan con el efecto verano).

Un ejemplo del efecto de la temperatura sobre la agresión se presenta en el Cuadro 16.1.

Cuadro 16.1: El efecto de la temperatura sobre la agresión.

Jaén. Noche del 16 de septiembre de 2004. Inmediaciones de la estación de RENFE. Juan Enrique G. A. Q. agrede a Agustín F. C. al que asesta cinco cuchilladas (una en el abdomen, con salida de paquete intestinal, tres más en la caja torácica y una en la zona lumbar). La víctima estuvo internada varios días en el hospital, donde fue operada y tardó más de dos meses en curar de sus heridas, de las que le quedaron diversas secuelas. La Policía Nacional detuvo al agresor en una plaza próxima y le incautó el machete utilizado en la agresión.

Según la versión de la víctima, todo había comenzado como “una discusión entre amigos”, que se saldó a navajazos por su negativa a prestar al agresor diez euros, como pago por favores recibidos de él con anterioridad.

Interpretación: el texto ilustra el efecto de la temperatura, que en esa noche concreta era superior a lo que es habitual en septiembre. La noche genera una activación especial, debido a la acumulación de afecto y preactivación por el calor del día.

Fuente: www.andaluciapress.com.

Cohn y Rotton (1997) dan un paso más y destacan la existencia de determinadas horas del día más proclives a que se produzca esta interacción entre temperatura (calor) y agresión. En concreto, los autores encuentran que este efecto se produce más en horas de la noche y que da lugar a una relación lineal entre temperatura y agresión, mientras que durante el día y los meses de primavera la relación es curvilínea (Rotton y Cohn, 2000). En ambos casos descartan que se produzca una transferencia de excitación. Su interpretación se basa más bien en el *Modelo de afecto negativo*. Aceptan la explicación de Berkowitz según la cual el calor puede activar pensamientos hostiles capaces de generar mayores niveles de agresión en un momento temporal posterior.

En resumen, la temperatura tendería a incrementar la probabilidad de realizar un acto violento de dos modos. Por un lado, activaría pensamientos negativos en situaciones de temperatura extrema de frío o calor (afecto negativo). Por otro, provocaría sentimientos hostiles y activación fisiológica (preactivación) (Anderson, Anderson y Deuser, 1996). La diferencia entre países o incluso entre regiones de un mismo país, se explicaría por estas diferencias en temperatura.

Estudios sobre la relación entre agresión y la cultura del honor

La propuesta de Cohen (1996) se erige como una alternativa a la anterior. Afirma, en un primer momento, que las diferencias entre algunas zonas geográficas de Estados Unidos en cuanto a la cantidad y forma de violencia manifestada se debe a la *Teoría de la cultura sureña de violencia*. Esta teoría atiende fundamentalmente a las diferencias entre las ciudades del sur y del norte de Estados Unidos de Norteamérica y desestima otras influencias, como el calor. En los años 90 cristalizó como la *Teoría de la cultura del honor*, término que, inicialmente, proviene de la antropología e implica que incluso las pequeñas disputas se producen en torno a la reputación y el estatus social (Cohen, Nisbett, Bowdle y Schwarz, 1996).

En esencia, la teoría propone que determinadas normas culturales contribuyen a perpetuar y justificar la violencia. Cohen (1996) observa que la historia, las leyes y la política social generan unas normas culturales permisivas ante la pena capital o el maltrato a las mujeres y niños. Según estas normas, la violencia es empleada para disciplinar y controlar las relaciones sociales así como controlar el hogar. En estos casos, la agresión la produce una persona individual, pero siempre dentro del marco de la ley y la política social, las cuales representan un nivel de análisis muy diferente, por ser representaciones colectivas o productos culturales. Cohen y Nisbett (1997), tras analizar la forma en que las instituciones perpetúan normas sobre violencia, llaman la atención sobre dos hechos significativos: (a) los medios de comunicación ofrecen explicaciones distintas sobre los hechos violentos en función de si responden a una ofensa al honor o no; (b) las penas impuestas y la interpretación de la ley responden también a un patrón similar. De hecho, las penalizaciones mayores son las que tienen que ver con ofensas al honor. Por tanto, esta hipótesis de la cultura del honor serviría para explicar por qué, en algunas culturas o subculturas, se producen y justifican más unas agresiones que otras.

La evidencia empírica sugiere que existen diferencias actitudinales entre regiones y que coinciden con las nociones de honor y con el uso de la violencia para probarlo y restaurarlo. Las representaciones colectivas y los patrones culturales indican que los estadounidenses del sur manifiestan una mayor predisposición a la violencia que los del norte (Cohen, 1998). En los estados del sur se producen más frecuentemente episodios de cólera y de mayor intensidad, al mismo tiempo que se dan respuestas poco adecuadas ante las señales de hostilidad, debido a que la sensibilidad a este tipo de señales entre los habitantes del sur es menor. En cambio, los estadounidenses del norte son más sensibles a las señales de hostilidad y se encolerizan con menor frecuencia que los del sur (Cohen, Vandello, Puente y Rantilla, 1999). En resumen, la cultura del honor produce actos tanto positivos, en la medida en que el honor como virtud produce un profundo heroísmo y generosidad, como negativos, puesto que el honor como afirmación de estatus y búsqueda de una buena reputación a cualquier coste tiende a desencadenar violencia, incluso por una errónea interpretación de un insulto o de una ofensa

(Cohen, Vandello y Rantilla, 1998). Es importante señalar que esta cultura del honor se mantiene y se perpetúa mediante procesos psicológicos que conservan la tradición y que ofrecen resistencia a las fuerzas externas que intentan introducir modificaciones (Vandello y Cohen, 2004).

Debate en torno a la cultura del honor

Algunos autores han criticado esta hipótesis y han propuesto que los orígenes de esta mayor violencia en el sur deben buscarse en la temperatura (Anderson y Anderson, 1996). Estos autores no niegan la existencia de diferencias actitudinales pero, como se ha señalado en párrafos anteriores, de sus estudios concluyen la existencia de una interacción entre cultura y calor ya que la emoción tiende a aumentar en climas cálidos. También afirman que la inmigración recibida de personas de otras zonas geográficas o culturas (mejicanos, en el caso del sur de los Estados Unidos de Norteamérica) tal vez contribuya a un aumento de esta tendencia a la violencia. Souweidane y Huesman (1999) rechazan esta sugerencia y argumentan que la cultura del honor se aprende. Su análisis de las actitudes hacia la violencia de emigrantes de distintos países que residen en los Estados Unidos de Norteamérica les lleva a afirmar que la edad es un factor cuya influencia es fundamental. En concreto, comprueban que cuando los emigrantes han llegado a los Estados Unidos de Norteamérica con una edad superior a los 12 años, presentan una menor aceptación de estas normas culturales de agresión y violencia que aquellos que se incorporan a dicha cultura con una edad inferior. De forma similar, aquellos emigrantes que proceden de países con una mayor cultura del honor, cuando emigran en edad adulta, tienden a mantener su código y tradición. Esto serviría para explicar por qué, en países con una escasa cultura del honor, se producen, entre la población inmigrante, casos de violencia relacionados con el honor y la vergüenza.

Se puede apreciar que el mayor desarrollo de esta teoría se ha producido en los Estados Unidos de Norteamérica y que se ha utilizado preferentemente para comprobar las diferencias entre regiones de ese país. Ahora bien, estudios similares empiezan a llevarse a cabo en otros países, e incluso se realizan intentos de comparación entre países para ver los efectos de las distintas normas culturales sobre la agresión. Se supone que las culturas del honor tendrán normas distintas cuya transgresión justifica el uso de la violencia y que, además, están influidas por los valores. Un ejemplo en este sentido lo proporciona Inglehart (1991), quien afirma y comprueba que personas de sociedades donde imperan los valores materialistas, es decir, aquellos valores basados en la satisfacción de las necesidades básicas, recurrirán con mayor frecuencia a la violencia para defender el poder y el territorio que las personas con valores postmaterialistas, esto es, más preocupadas por necesidades de autorrealización que por la guerra o por conseguir bienes. Otras posibles variables influyentes en dichas normas serán la religión y las condiciones sociales y ambientales como el calor, el espacio interpersonal o el ruido.

Subcultura de la violencia y normas sociales

La Teoría de la cultura del honor explicaría también la existencia de una *subcultura de la violencia* en grupos, sobre todo juveniles, que defienden unos valores relacionados con la defensa del honor mediante la violencia. Esta teoría basada en los valores culturales enfatiza el alto valor que algunas personas otorgan a la posesión de habilidades de lucha, valentía,

riesgo y defensa del honor, motivando así actuaciones con violencia física y comportamientos delictivos. Serían los valores del guerrero, en palabras de Tedeschi (1997). Se destaca en esta teoría que una característica importante de la tendencia a la violencia es que los miembros de esos grupos violentos tienen una visión pesimista y fatalista del mundo (véase el Cuadro 16.2).

Cuadro 16.2: *Los Maras: un ejemplo de grupo violento que defiende el honor.*

La subcultura de la violencia está aumentando considerablemente entre jóvenes en situación de exclusión social, sobre todo en países con un futuro poco halagüeño a corto plazo. Se trata de jóvenes que se asocian en pandillas, para las cuales la defensa del honor aparece como el valor más alto, al mismo tiempo que contemplan el recurso a la agresión como una forma de romper la monotonía cotidiana.

Un ejemplo relevante lo proporcionan los Maras (Univisión, 14 diciembre de 2004), grupos violentos surgidos en Honduras de la marginación, la pobreza y el desempleo, pero que se escudan en el honor como un valor central en sus pandillas. Este tipo de grupos armados se han extendido a todo Centroamérica llegando a ser altamente violentos (BBC, 29 de diciembre de 2004), e incluso se está exportando a grupos marginales de países como Canadá o España.

Fuente: BBC (2004) y Univisión. Com (2004).

En definitiva, un aspecto importante que subyace a esta hipótesis de la cultura del honor es el relacionado con las normas. Las normas sociales pueden tanto promover como restringir la agresión. Debido a la fuerza destructiva de la agresión, en todas las sociedades existen normas destinadas a regularla. Por tanto, toda conducta agresiva es objeto en cualquier sociedad de interpretaciones en función de los juicios sociales que genere sobre su mayor o menor grado de adecuación y también sobre la intencionalidad o no de provocar daño.

Una norma social muy establecida es la de *reciprocidad*: si alguien nos hace el bien, no debemos hacerle el mal, pero si nos hace el mal, estamos justificados para devolvérselo. Además, si actuamos así, recibimos aprobación social. En definitiva, cuando, tras analizar la información, una acción recibe la calificación de agresiva, es muy probable que la violencia se devuelva o se intensifique. Por tanto, la información sobre el actor y/o su conducta servirá en ocasiones para justificar, explicar o excusar al agresor.

La dimensión normativa de la agresión es fundamentalmente cultural. Una buena prueba de ello es que las normas sociales imperantes difieren entre culturas. Por ejemplo, la sociedad estadounidense es más violenta que las europeas, lo que se refuerza con normas como el derecho a llevar armas de fuego, la norma de la dureza masculina o la norma de la privacidad del hogar (Smith y Mackie, 1997). De forma paralela, se habla de la existencia de una subcultura de la violencia, es decir, de la inclinación de ciertos grupos sociales a emplear la violencia para resolver sus problemas (por ejemplo, las *vendettas* de la mafia, o violencia entre escolares que se produce en los centros educativos).

El último punto introduce una idea importante: las normas cumplen un papel fundamental en la agresión intergrupal y la violencia colectiva. Por lo general, se observa que los individuos en grupo muestran más conducta agresiva que cuando están solos. Además, una vez que se emplea la agresión como forma de resolver problemas, su utilización se hace más frecuente. Cuando los grupos e individuos atacan a otros y los perjudican,

tienden a desarrollar características que hacen más probable un daño mayor y más intenso en el futuro, en función siempre de las características culturales y las condiciones sociales (Staub, 1999).

Se han apuntado varias explicaciones tanto desde la Psicología como de la Sociología para dar cuenta de este fenómeno (véase el Cuadro 16.3).

Cuadro 16.3: *Explicaciones alternativas de la tendencia al incremento de la agresión en situación grupal.*

Explicación basada en el proceso de *desindividuación*:

- Se habla de *desindividuación* cuando las personas se encuentran en un estado de anonimato, en el que, debido a la difusión de responsabilidad y la presión del grupo, apenas controlan su conducta. La situación de desindividuación aumenta la probabilidad de que se produzca desinhibición y de que surjan conductas impulsivas, como violencia o vandalismo.

Explicación basada en la *Teoría de las normas emergentes*:

- Es una explicación alternativa a la anterior. Considera que en un grupo aparecerán conductas más extremas debido al surgimiento (emergencia) de normas nuevas a las que se adhieren todos los implicados. De este modo, aumenta la conformidad a las normas del grupo.

Explicación basada en la *hipótesis de la intensificación de las normas*:

- Propone que los grupos se comportan de forma más violenta cuando definen tal conducta de forma legítima y apropiada. Los experimentos realizados encuentran que las personas consideran su conducta violenta en grupo como adecuada por lo que se explicaría por el refuerzo mutuo que se produce en el grupo de estar comportándose de modo adecuado.

16.5 Violencia, cultura del honor y género

Un conjunto de trabajos parten de esta hipótesis de la cultura del honor para explicar la violencia de género y la existencia de normas culturales que perpetúan la violencia y las diferencias en las relaciones de género entre culturas.

El análisis de la relación entre violencia y género debe tener en cuenta dos aspectos distintos. Por un lado, las diferencias de género en cuanto a la ejecución de actos agresivos y violentos y, por otro, las diferencias de género por lo que se refiere a la violencia hacia las mujeres. Es en este segundo aspecto donde el concepto de cultura del honor alcanza una importancia central.

Violencia y diferencias de género

Las explicaciones que se ofrecen sobre las diferencias de género invocan bases genéticas, hormonales o sociales. Las conclusiones sobre estos estudios nos llevan a afirmar que, aun admitiendo que las bases genéticas y hormonales juegan algún papel, de ello no se deduce que los hombres sean más agresivos o que las ideas estereotipadas carezcan de importancia. Las diferencias surgen, más bien, de una compleja interacción de diversos factores que son cambiantes.

Segall (1988) propone, para explicar esta compleja interacción, el *Modelo biocultural interactivo*. Según este modelo, son tres los factores que han dado lugar a un mayor aprendizaje de agresión en los hombres; por un lado, la división del trabajo por sexo, por otro, la

identidad de género y por último, la construcción de la propia identidad de género junto con el distanciamiento del género contrario. En este caso, la necesidad de una identificación con el propio género y las propias características biológicas generarán normas que justifiquen la conducta violenta.

Por su parte, López-Zafra y López-Sáez (2002) resumen las diferencias que se producen entre hombres y mujeres con relación a la expresión y realización de actos violentos (véase el Cuadro 16.4).

Cuadro 16.4: *Diferencias entre hombres y mujeres en la expresión y realización de actos violentos.*

Los estudios que abordan esta cuestión tienden a centrarse en la agresión física (Archer y Haigh, 1999). Ello, unido al hecho de que los hombres son objetivo de violencia interpersonal con más frecuencia que las mujeres (Felson, 2000), explica que empleen más la violencia física.

Pero la violencia física no es la única que existe. Si a ello se suma que las diferencias de género han ido disminuyendo con el paso del tiempo, se comprende la importancia de la explicación basada en las diferencias en la socialización y la cultura (Eron, 2000).

Recientemente, el meta-análisis llevado a cabo por Archer (2004) encontró lo siguiente:

- Grandes diferencias de género en agresión física (mayor en hombres que en mujeres).
- Pequeñas diferencias en la agresión verbal (mayor también en hombres que en mujeres).
- Agresión indirecta (mayor en mujeres que en hombres, aunque con tendencia a disminuir en la edad adulta).

En general, existe la creencia cultural de que no está bien que las mujeres sean agresivas. Este hecho motiva que, en caso de recurrir a la violencia, la forma de explicar y hablar sobre la agresión sea distinta. En concreto, los hombres manifiestan una representación más instrumental de la agresión y las mujeres más expresiva (Muncer y Campbell, 2000). Esto es, el hombre, en líneas generales, suele emplear la agresión para conseguir otros objetivos. Entre los antecedentes de esta agresión se encuentran elementos relacionados con la autoestima y reputación (honor), con la posesión de recursos sexuales y con la obtención de recursos físicos o materiales.

Como prueba de lo anterior, el estudio de Andreu, Peña y Martín (1999) sobre las diferencias de género a la hora de justificar distintos tipos de violencia puso de manifiesto que los hombres tienden a justificar más fácilmente determinadas conductas agresivas como “ser irónico”, “obstaculizar”, “pegar”, “torturar” y “matar”, al igual que niveles leves, moderados y extremos de situaciones que impliquen defensa. Todos estos casos implicarían una utilización instrumental de la agresión para la obtención de recursos físicos y sociales. La mujer, por su parte, tiende a emplear la agresividad como un comportamiento fundamentalmente *expresivo o emotivo*, por lo que el tipo de agresión al que más frecuentemente recurre es la indirecta, en estrecha correspondencia con su rol sexual. Dado que se ve estereotípicamente a la mujer como más tierna, dulce y sumisa, no se espera de ella que actúe de forma agresiva y violenta. De este modo, ante una situación que le provoca un daño, la mujer canalizará su agresión hacia otras formas de violencia, y analizará con mayor frialdad qué debe hacer y cómo hacer pagar ese daño. Además, desplazará el objeto de la agresión, lo que implica la no asunción de conductas agresivas de riesgo y la búsqueda de otros modos de responder a la agresión (Archer, 2004).

Las atribuciones y relatos sobre la agresión, así como las diferencias que surgen entre la agresión intra- e inter-género completan las ideas de los párrafos anteriores (véase el Cuadro 16.5).

Cuadro 16.5: *Las atribuciones, el tipo de agresión relatada y la agresión intra-género e inter-género.*

Atribuciones sobre la agresión:

- Una vez producido un hecho violento, a la hora de analizarlo, las atribuciones de los hombres suelen ser más situacionales, mientras que las de las mujeres suelen ser más disposicionales (Johnson, Adams, Hall y Ashburn, 1997).

Tipo de agresión relatada:

- Hombres y mujeres relatan distintos tipos de agresión cuando se les pide que piensen en actos agresivos que consideren muy violentos. Los hombres citan, como actos más crueles, el asesinato o asalto físico. Las mujeres destacan la crueldad o violencia societal (Caputo, Brodsky y Kemp, 2000). Se diría que en la representación mental sobre la violencia hombres y mujeres seleccionan aspectos distintos. Los hombres atienden más a su entorno inmediato y las mujeres muestran mayor preocupación social.

Agresión intra- e inter-género:

- Los chicos prefieren agredir a alguien de su mismo género (*agresión intragénero*). Las chicas prefieren agredir a alguien del otro género (*agresión intergénero*).
- Cuando se produce agresión intragénero la percepción de daño y miedo es mayor en las chicas que en los chicos.
- Los chicos prefieren agredir a alguien que no conocen, las chicas prefieren agredir a personas del entorno conocido.

Una ampliación de estos resultados se puede encontrar en la revisión de Hilton, Harris y Rice, 2000.

En resumen, parece razonable concluir que las diferencias en el proceso de socialización han marcado diferencias en la percepción y conducta de hombres y mujeres. Algunos autores llegan a hablar de la existencia de un vínculo entre sexo y agresión (Mussweiler y Förster, 2000). De hecho, estos autores realizan varios experimentos en los que observan de manera concluyente la existencia de asociación entre términos semánticos relacionados con la agresión y la facilitación de una conducta agresiva. Ahora bien, se trata de una relación que se produce de forma distinta para hombres y mujeres. En el caso de los hombres, la activación semántica de palabras relacionadas con agresión incrementa la probabilidad de manifestar conductas agresivas mientras que en las mujeres no. En cambio, las mujeres perciben más rápidamente la agresividad que los hombres. Estos resultados indican que las respuestas perceptivas y conductuales de hombres y mujeres son consistentes con las experiencias que ambos tienen.

Violencia contra las mujeres

El concepto de honor que se utiliza en este capítulo guarda relación con la idea de *síndrome cultural* que señala Triandis (1996) y con determinadas características culturales que diferencian unos países de otros. Se llega incluso a relacionar este constructo de culturas del honor y culturas de no honor con la dimensión de individualismo-colectivismo y se señala como culturas del honor a los países también colectivistas como los del Mediterráneo (Grecia, Italia y España), las

culturas árabes y de Oriente Medio, las culturas latinas y sudamericanas y los estados del sur de los Estados Unidos de Norteamérica. En estas culturas se enfatiza el honor masculino y se fomentan los roles de género tradicionales que animan y perpetúan la violencia contra las mujeres. La diferencia con las culturas de no honor descansa en la saliencia y centralidad que estas cuestiones del honor tienen sobre la interacción social cotidiana (Vandello y Cohen, 2003).

En definitiva, se ejerce violencia contra las mujeres en nombre del honor (Amnesty International, 1999) y este fenómeno está más presente en determinadas culturas o países como Turquía, Pakistán o Afganistán, entre otros y, más en general, en aquellas culturas donde la idea de patriarcado y el control masculino es mayor y no tanto por una enseñanza religiosa islámica (Sever y Yurkadul, 2001) sino por la amenaza que supone la igualdad de género a la pérdida del poder y del control de la pareja (López-Sáez, 2006), de manera que se justifica la violencia hacia la mujer por un incumplimiento de su papel de género o estereotipo de género (Ferrer y Bosch, 2000). El rol de género se refiere a una serie de creencias consensuadas sobre las características de hombres y mujeres que se convierten en normativos sobre lo que se debe y no hacer para cada sexo (Eagly, 1987). Este rol juega un importante papel sobre todo en culturas basadas en el honor que implica un conjunto de características de identidad conocidas como machismo (véase el Cuadro 16.6).

Cuadro 16.6: *Un estudio sobre el rol de género y la cultura del honor.*

Rodríguez, Manstead y Fisher (1999, 2002) estudiaron las diferencias entre España y Holanda en la cultura del honor. Esta se caracteriza por la saliencia de códigos de honor relacionados con el género.

- El honor femenino se centra en la vergüenza sexual (virginidad, modestia y restricciones sexuales).
- El honor masculino en la virilidad, en la protección de la familia, y en la reputación de ser un hombre duro.

La cultura del honor, más fuerte en España que en Holanda, afecta a las actitudes hacia los roles sexuales. Las respuestas a los insultos que amenazan al honor familiar son distintas en función de la nacionalidad y género: los españoles reaccionan de manera más intensa y especialmente si son hombres (Rodríguez, Manstead y Fischer, 2002).

Vandello y Cohen (2003) realizan dos estudios en los que comparan una cultura del honor con una cultura de no honor teniendo en cuenta, por un lado, las percepciones acerca de un hombre que ha sido engañado por su mujer y su reacción violenta ante este hecho y, por otro, las reacciones de las personas ante una situación real de violencia. En el primer estudio, con participantes en Brasil y en Illinois (USA), sus resultados muestran una clara diferencia entre la cultura del honor y la cultura de no honor. Así, mientras que los estadounidenses de Illinois percibían al hombre que respondía con violencia como menos digno de confianza y menos “hombre”, los brasileños consideraban que era ligeramente más hombre y que mediante la violencia recuperaba parte de su honor. Y, aunque en los dos países se condenaba la violencia, sólo los brasileños mostraban cierta justificación en su uso. En el segundo estudio también se producen diferencias culturales en las reacciones ante una mujer que ha sufrido violencia. Los participantes procedentes de culturas del honor (hispanos y sureños de Estados Unidos de Norteamérica) tenían mejor impresión de la mujer que manifestaba lealtad y arrepentimiento y la evaluaban como más fuerte si decidía continuar la relación, mientras que las personas originarias del norte de los Estados Unidos eran más favorables a una mujer que manifestaba independencia y se proponía abandonar al agresor, mientras que, si continuaba la relación, la

consideraban débil. En resumen, se produce una variación intra- e inter-culturas en el síndrome del honor que puede explicar la violencia contra las mujeres. Véase el recuadro siguiente.

RECUADRO: Honor y feminicidio en Jordania.

Los casos

1. Najah. Mujer de 32 años, madre de tres niños, apuñalada hasta la muerte por su hermano Ayed de 23. La razón esgrimida por este fue el haber encontrado a un desconocido en casa de Najah. De nada valieron las explicaciones de Najah de que el desconocido la acosaba, tras haberse enterado de que el trabajo de su marido le obligaba a estar cuatro días a la semana fuera de casa. Un tribunal condenó a Ayed a cadena perpetua, pero salió de la cárcel al cabo de un año.
2. Kifaya. Joven de 16 años, asesinada por su hermano Khalid de 32 años. Kifaya había sido objeto de violación por Mahmoud, uno de sus hermanos menores. Se la obligó a abortar y a casarse con un hombre mayor. El mismo día que se divorció de él fue asesinada. La condena impuesta a Khalid, de siete años y medio, no impidió que éste abandonase la cárcel un año después.

Justificaciones de los asesinos

Los dos agresores, al mismo tiempo que insistían en que querían a su hermana, manifestaban que no les había quedado más remedio que asesinarla, para “lavar” el honor de la familia, ya que, en su opinión, “el honor sólo se recupera con la sangre”.

Interpretación

Considerar que las mujeres dan la medida del honor de la familia equivale a despojarlas de su condición de seres humanos. Sometidas a vigilancia por parte de sus familias, objeto permanente de sospecha, la amenaza de la pérdida de la vida pende siempre sobre ellas.

Las estadísticas

El promedio anual de mujeres jóvenes (entre 15 y 27 años) asesinadas en Jordania es, según los registros policiales, de 28, si bien los informes de abogados especializados en estos casos considera que las cifras reales son muy superiores.

Se trata de “crímenes de honor”, en los que los autores son familiares varones de las víctimas (padres, hermanos y maridos) y en los que se suele alegar como motivo el mantenimiento de relaciones sexuales prematrimoniales, fuera del matrimonio o la simple sospecha de que las hayan podido mantener.

Interpretación

Estos “crímenes de honor” tienen un doble respaldo: social y legal.

Respaldo social: los asesinos, habitualmente familiares cercanos de las víctimas, son considerados “héroes” y reciben todo tipo de alabanzas por “limpiar el honor de la familia”. Las víctimas, por su parte, son enterradas en silencio.

Cierta *ambigüedad legal:* se trata de crímenes en los que las víctimas son siempre, y sólo, mujeres. Los juicios a los que se somete a los asesinos adolecen de parcialidad y están plagados de sesgos. El resultado es, casi sin excepción, una condena mínima de los asesinos. Las familias burlan la ley y suelen atribuir la responsabilidad del asesinato a un miembro de la familia menor de 18 años.

Fuente: <http://www.ecouncil.ac.cr/about/contrib/women/youth/spanish/honour2.htm>.

16.6 Conclusiones

Como conclusión, queremos señalar que la violencia es el resultado de múltiples fuerzas que interactúan y que una de ellas es el componente cultural que puede servir para mantener, justificar

y explicar los actos de violencia. Uno de estos actos de violencia se refiere a la violencia contra las mujeres. Desde el punto de vista que la cultura sirve para definir las relaciones sociales, hombres y mujeres se encuentran inmersas en un sistema cultural que afecta a sus relaciones. Por ello consideramos que, para actuar sobre esta lacra social hay que intervenir también desde el componente cultural que lo explica y justifica, promoviendo una sociedad donde el principio de la igualdad quede manifiesto a través de todos los dominios sociales (personal, interpersonal, grupal y societal) y se refleje tanto en la percepción individual sobre formación de impresiones como en la aplicación legislativa de las normas de igualdad.

16.7 Resumen

El capítulo comienza con una breve presentación de los conceptos de agresión y violencia para pasar inmediatamente a señalar cómo en las principales teorías psicosociales sobre la agresión existe, generalmente de manera implícita y no reconocida abiertamente, un componente cultural.

Dicho componente se presenta en el siguiente apartado con lujo de detalles. Para una mejor comprensión de sus implicaciones, se contraponen con los estudios que exploran las relaciones entre calor y agresión, los cuales, en gran medida, se pueden considerar como explicaciones alternativas a la explicación cultural propiamente dicha.

En apartados posteriores se introduce el concepto de *cultura del honor*, un caso concreto de cómo los componentes culturales de la agresión adoptan en ciertas sociedades una expresión propia. Las investigaciones realizadas en varios países muestran que la llamada cultura del honor desempeña un papel central en la regulación de muchas formas de agresión. Muestran, al mismo tiempo, el papel igualmente central de las normas sociales a lo largo de todo el proceso de agresión.

Finalmente, y como una muestra más de la importancia de la cultura del honor, se examina su contribución al surgimiento y mantenimiento de la violencia de género, un fenómeno que afecta a ciertas sociedades de manera más intensa.

Términos de glosario

Cultura del honor

Cultura del honor y violencia contra las mujeres

Hipótesis del calor

Rol de género

Violencia

Violencia contra las mujeres

Lecturas y otros recursos recomendados

- López-Zafra, E. y Berrios, M. P. (2006). *Violencia en la familia: la violencia en las relaciones familiares y de pareja*. Madrid: El Lunar.
- Pérez, J. A., Páez, D. y Navarro Pertusa, E. (2001). Conflicto de mentalidades: cultura del honor frente a liberación de la mujer. *Revista Electrónica de Motivación y Emoción*, 4, 8-9.
- Pitt-Rivers, J. (1989). *Un pueblo de la Sierra: Grazalema*. Madrid: Alianza.

PARTE IV

Actitudes, cambio de actitudes y procesos de influencia

Actitudes

Pablo Briñol, Carlos Falces y Alberto Becerra

Objetivos

Abordar el fenómeno de las actitudes desde una perspectiva psicosocial. Históricamente, el concepto de actitud ha sido y es uno de los temas centrales de la Psicología social. La afirmación de G. W. Allport (1935) según la cual “el concepto de actitud es probablemente el más distintivo e indispensable de la Psicología social” (p. 198) parece seguir vigente hoy en día a juzgar por el ingente número de publicaciones científicas que tienen como objetivo principal el fenómeno actitudinal (por ejemplo Albarracín, Jonhson, y Zanna, 2005; Eagly y Chaiken, 1993; Fazio y Olson, 2003; Haddock y Maio, 2004; Maio y Olson, 2000).

Ofrecer una descripción ordenada de los avances científicos en relación con el fenómeno de las actitudes. El capítulo se divide en cinco partes. En la primera, se procede a la definición de actitud y a la descripción de su importancia, para concluir con una revisión de las funciones vitales que cumplen las actitudes.

En la segunda parte se exponen algunos de los procesos fundamentales a través de los cuales se forman las actitudes organizados alrededor de los componentes cognitivos, afectivos y conductuales de las actitudes.

En la tercera parte del capítulo se examinan las características que hacen a unas actitudes más fuertes que otras. Estas dimensiones de fuerza se presentan agrupadas en dos grandes categorías, indicadores objetivos y subjetivos, lo cual facilita el acceso a la variedad de índices de fuerza de las actitudes.

La cuarta parte se describen algunos de los numerosos procedimientos diseñados para medir actitudes. Estos procedimientos se presentan organizados en dos grandes categorías: procedimientos directos, apartado en el que describimos algunos de las medidas más tradicionales de las actitudes, y procedimientos indirectos, apartado en el que se cubren algunos métodos más contemporáneos de evaluación.

Para finalizar, describir, tras la presentación de la evidencia empírica más relevante y consensuada para el estudio de las actitudes, algunos aspectos de la investigación sobre actitudes que todavía permanecen abiertos. Las controversias descritas en estos apartados finales se refieren sobre todo al grado y la forma en la que las actitudes están representadas en la memoria de las personas. En el último apartado del capítulo se presenta un nuevo modelo con capacidad para integrar de forma coherente algunas de estas controversias.

17.1 Introducción: ¿por qué son importantes las actitudes?

¿Quién de nosotros no ha opinado alguna vez acerca de cuestiones políticas? ¿O quién no ha mantenido una discusión sobre asuntos tales como el aborto, la inmigración, la eutanasia o la legalización de las drogas? Habitualmente, las personas toman decisiones y realizan elecciones acerca de un sinnúmero de temas, por ejemplo, a qué partido votar, si acudir o no a una manifestación a favor de los matrimonios gays, decidir sobre distintas marcas de ropa, cantantes u opciones musicales a la hora de comprar o, finalmente, optar por salir o no a cenar con determinadas personas.

Estos comportamientos tienen un punto en común, todos ellos reflejan las valoraciones que las personas poseen sobre las distintas cuestiones mencionadas. A dichas valoraciones se las conoce con el nombre de actitudes. Así, por ejemplo, se podría decir que una persona que está a favor de la eutanasia tiene una *actitud positiva* con respecto a este asunto, mientras que otra que no está de acuerdo con esta práctica social diríamos que tiene una *actitud negativa*.

El estudio de las actitudes resulta muy relevante para la comprensión de la conducta social humana por diversas razones, algunas de las cuales se mencionan a continuación.

En primer lugar, las actitudes son relevantes a la hora de adquirir nuevos conocimientos ya que las personas asimilan y relacionan la información que reciben del mundo en torno a dimensiones evaluativas.

Segundo, las actitudes desempeñan una serie de funciones imprescindibles a la hora de buscar, procesar y responder, no sólo a la información sobre el entorno, sino también a la relacionada con uno mismo.

En tercer lugar, las actitudes guardan una estrecha relación con nuestra conducta y, por tanto, el mayor y mejor conocimiento de las actitudes permitirá realizar predicciones más exactas sobre la conducta social humana y sobre sus cambios. Es decir, las actitudes influyen sobre la forma en que piensan y actúan las personas.

En cuarto lugar, las actitudes permiten conectar el contexto social en el que vivimos con la conducta individual o, dicho de otro modo, nuestras actitudes reflejan la interiorización de los valores, normas y preferencias que rigen en los grupos y organizaciones a los que pertenecemos. De hecho, distintos grupos sociales pueden ser distinguidos entre sí por las actitudes diferenciales que hacia determinadas cuestiones o asuntos comparten los individuos que los forman.

En quinto lugar, cambios en las actitudes de las personas pueden cambiar el contexto. Si las actitudes de un gran número de personas cambian, posiblemente las normas sociales puedan cambiar también. Por ello, el estudio de cómo se adquieren y modifican las actitudes resulta esencial para comprender las bases de posibles cambios más amplios.

Por último, la investigación sobre las actitudes permite conectar áreas de investigación tradicionalmente dispersas. Por ejemplo, el estudio del prejuicio hacia grupos minoritarios puede enfocarse como el estudio de las actitudes, generalmente negativas, hacia estos grupos. De la misma forma, el estudio de la autoestima puede definirse como el estudio de las actitudes que mantenemos hacia nosotros mismos.

17.2 ¿Qué son las actitudes?

Desde su aparición en la Psicología social, a principios del siglo pasado, y hasta la actualidad, se han propuesto distintas definiciones de actitud, de mayor o menor complejidad. En la actualidad, la mayoría de los estudiosos del tema estaría de acuerdo en definir las *actitudes* de la siguiente forma:

Evaluaciones globales y relativamente estables que las personas hacen sobre otras personas, ideas o cosas que, técnicamente, reciben la denominación de *objetos de actitud*.

De una manera más concreta, al hablar de actitudes se hace referencia al grado positivo o negativo con que las personas tienden a juzgar cualquier aspecto de la realidad, convencionalmente denominado objeto de actitud (Eagly y Chaiken, 1998; Petty y Wegener, 1998).

Las evaluaciones o juicios generales que caracterizan la actitud pueden ser positivas, negativas, o neutras y pueden variar en su extremosidad o grado de polarización (véase el Cuadro 17.1).

Cuadro 17.1: *Formas principales de las evaluaciones o juicios generales que caracterizan la actitud.*

A la hora de evaluar un objeto de actitud como el carné de conducir por puntos, hay varias posibilidades:

Valencia positiva o negativa

- Actitud positiva de extremosidad media: la persona hace una evaluación medianamente positiva del carné por puntos.
- Actitud positiva de extremosidad alta: la persona considera el carné por puntos como algo altamente positivo.
- Actitud negativa de extremosidad alta: la persona considera esta medida de regulación del tráfico como algo totalmente negativo.

Indiferencia y ambivalencia

- Ausencia de actitud: la persona considera la cuestión del carné por puntos como algo irrelevante.
- Actitud neutra: la persona se siente indiferente ante la cuestión del carné por puntos.
- Actitud ambivalente: la persona experimenta simultáneamente evaluaciones tanto positivas como negativas hacia el mencionado carné por puntos.

No es difícil entender, por tanto, que las personas tengamos actitudes hacia cualquier objeto de actitud imaginable, tales como objetos materiales, personas, situaciones o ideas. A su vez, dichos objetos de actitud pueden ser muy concretos (por ejemplo un nuevo modelo de coche o los matrimonios homosexuales), o muy abstractos (por ejemplo la igualdad, la democracia o la salud).

Otra de las características esenciales de las actitudes es que constituyen un fenómeno mental. Es decir, las actitudes reflejan una tendencia evaluativa que no es directamente observable desde fuera del propio sujeto. Por tanto, se hace necesario inferir las actitudes de las personas a partir de ciertos indicadores. En el presente capítulo estudiaremos este aspecto en el apartado de medida de las actitudes.

Por ejemplo, conocer los componentes de una actitud puede ayudar a inferir dicha actitud. De forma muy resumida, las actitudes se organizan mentalmente de acuerdo a lo que se ha dado en denominar *concepción tripartita* de las actitudes (véase el Cuadro 17.2).

Cuadro 17.2: *La concepción tripartita de las actitudes.*

Las actitudes constan de tres componentes: cognitivo, afectivo y conductual

- **Componente cognitivo**
Incluye los pensamientos y creencias de la persona acerca del objeto de actitud.
- **Componente afectivo**
Agrupa los sentimientos y emociones asociados al objeto de actitud.
- **Componente conductual**
Recoge las intenciones o disposiciones a la acción así como los comportamientos dirigidos hacia el objeto de actitud.

Continúa

Ejemplo de los tres componentes en el caso de una actitud positiva hacia una marca de coches determinada

- **Componente cognitivo**
Creencia de que los modelos de esa marca son técnicamente superiores a los de la competencia.
- **Componente afectivo**
Sentimiento de disfrute y orgullo que produce la evocación de la marca.
- **Componente conductual**
Hábito de defender y recomendar la citada marca cada vez que se habla con alguien que va a comprarse un coche.

Fuente: Zanna y Rempel (1988); Breckler (1984).

17.3 ¿Para qué sirven las actitudes?: Funciones

Hasta ahora hemos visto cómo se define el concepto de actitud en Psicología social, y se han puesto de relieve algunas de sus características más importantes. Cabe ahora tratar de responder a una pregunta sencilla pero esencial para comprender el concepto de actitud, ¿por qué tenemos actitudes? o, dicho de otro modo, ¿por qué la tendencia a responder evaluativamente ante cualquier cosa o situación es un fenómeno omnipresente en nuestras vidas? La respuesta a este planteamiento nos lleva directamente al análisis de las funciones que cumplen las actitudes y de las motivaciones que ayudan a satisfacer.

A pesar de que en la literatura existente podemos encontrar distintas clasificaciones funcionales de las actitudes, aquí destacaremos tres: organización del conocimiento, utilitaria y de expresión de valores. A continuación, se describen cada una de estas funciones y las motivaciones con las que están relacionadas.

Función de organización del conocimiento

Debido a la sobrecarga informativa proveniente del entorno al que estamos expuestos, nuestra mente necesita estar preparada para estructurar, organizar y dar coherencia a todo ese mundo estimular que se presenta ante nosotros, consiguiendo así una mejor adaptación al ambiente con el que interactuamos (Allport, 1935; Sherif, 1936). Las actitudes ayudan a satisfacer esta *necesidad básica de conocimiento y control*, estructurando la información en términos positivos y negativos. De esta forma, ante situaciones nuevas, nuestras actitudes permiten predecir qué cabe esperar de ellas, aumentando así nuestra sensación de control (Brehm, 1966; Maslow, 1962; Murray, 1955).

El que nuestro conocimiento del mundo este organizado en términos evaluativos, afecta a la forma en que procesamos cualquier información. Así, los procesos de exposición y atención a cualquier estímulo, su codificación a través de la percepción y el juicio, así como su recuperación de la memoria, se ven influidos por nuestras actitudes. Veamos con algún detalle estas subfunciones actitudinales.

Las actitudes guían la búsqueda y la exposición a información relevante, acercando a la persona a todos aquellos aspectos de la realidad congruentes con ellas y evitando aquellos elementos que les sean contrarios.

Por ejemplo, en un estudio realizado por Frey y Rosch (1984) a los participantes se les proporcionaba información sobre el desempeño de un gerente y se les pedía que tomaran

la decisión de renovar o no su contrato. Se informaba a la mitad de que la decisión sería irreversible, mientras que a la otra mitad se les decía que podrían modificar su decisión posteriormente. A continuación, todos los participantes leían nueva información que era claramente favorable o contraria a la decisión inicial que habían tomado. Los participantes en la condición decisión irreversible, seleccionaron dos veces más información congruente con su decisión inicial. Es decir, los participantes cuya decisión inicial fue favorable seleccionaron sobre todo información favorable mientras que aquellos cuya decisión fue desfavorable seleccionaron información desfavorable. Por el contrario, los participantes de la condición en la que podían cambiar, eligieron igual proporción de información favorable que desfavorable. Estos resultados sugieren que, una vez formada una actitud, ésta guía la búsqueda de información que refuerce o valide dicha actitud, ignorando selectivamente la información que no coincida con ella.



Esta interpretación de la realidad que se sesga para que encaje con nuestras actitudes se puede observar en multitud de escenarios cotidianos. Así ocurre con los seguidores de equipos de fútbol cuando presencian un partido donde se enfrentan sus respectivos equipos, o con las diferentes reacciones de los miembros de los distintos partidos ante el mismo debate político (para una ilustración empírica, véase, Fazio y Williams, 1986).

A la vez que las actitudes influyen en la recogida e interpretación de la información, pueden igualmente guiar el funcionamiento de nuestra memoria de una forma similar. Así, en diferentes investigaciones se ha observado cómo tendemos a distorsionar nuestros recuerdos para ajustarlos a nuestras actitudes actuales.

Aunque existen otras formas en las que las actitudes afectan a la organización y procesamiento de la información, quizá esta tendencia a buscar información congruente con la actitud sea la más importante. Como se ha señalado, el conocimiento proporciona control sobre el ambiente, y mantener nuestras cogniciones organizadas de forma coherente y libres de tensiones aumenta la certeza en lo que sabemos y, por tanto, nuestra sensación de control. Sin duda, la *búsqueda de equilibrio y coherencia* constituye otra motivación humana fundamental. La consistencia interna de nuestra representación del mundo es un aspecto esencial para evitar contradicciones a la hora de comprender y controlar nuestra vida social (Abelson y cols., 1968; Festinger, 1957; Heider, 1958). Dicha necesidad de coherencia con nuestras propias ideas hace que las personas se comprometan con ellas mismas, y que consideren sus actitudes como válidas, estables, resistentes y capaces de predecir la conducta (Gross, Holtz, y Miller, 1995; Pomerantz, Chaiken, y Tordesillas, 1995).

Función instrumental o utilitaria

Esta función tiene su base en las teorías del aprendizaje, según las cuales las actitudes ayudan a la persona a alcanzar los objetivos deseados, y que les proporcionarán recompensas, así como a evitar los no deseados, y cuya consecuencia sea el castigo. Al promover la aproximación a estímulos

gratificantes y la evitación de estímulos aversivos, las actitudes optimizan las relaciones de los individuos con su entorno, maximizan los “premios” y minimizan los “castigos”. Dicho de otro modo, a través de las actitudes podemos conseguir lo que queremos y evitar aquello que no nos gusta, contribuyendo de esta forma a crear sensaciones de libertad y competencia (Katz, 1960). Esta función de las actitudes a la hora de perseguir los intereses personales de una forma coherente y eficaz se puede observar, por ejemplo, en los abogados que adoptan actitudes positivas hacia sus clientes (para poder defenderlos mejor), o los empleados que desarrollan actitudes positivas hacia las organizaciones para las que trabajan (lo cual les puede colocar en una relativa posición de ventaja para ascender).

Función de identidad y expresión de valores

Las personas suelen manifestar públicamente sus actitudes expresando opiniones y valoraciones sobre multitud de asuntos o cuestiones. La expresión de las actitudes personales, así como sus correspondientes comportamientos, sirven para informar a los demás (e incluso a ellos mismos) de quiénes son. Nos ayudan, por tanto, a conocernos y darnos a conocer a los demás. Así las actitudes juegan un importante papel en la definición y el fortalecimiento de la propia identidad. Además, la expresión de las actitudes permite a las personas mostrar sus principios y valores, así como identificarse con los grupos que comparten actitudes similares (Katz, 1960). Es decir, la expresión de actitudes sirve para acercarse a otras personas con actitudes similares, contribuyendo de esa forma a satisfacer la *necesidad básica de aceptación y pertenencia* grupal (Baumeister y Leary, 1995; Brewer, 1991).

Por otra parte, determinadas actitudes también pueden contribuir a hacernos sentir bien con nosotros mismos. Por ejemplo, comparando unos grupos con otros, parece claro que cuanto peores sean los grupos a los que no pertenece uno, mejor se puede sentir uno con el propio grupo. Problemas sociales tan importantes como el prejuicio y la discriminación hacia determinados colectivos (e.g. inmigrantes) tienen una de sus causas en esta función de las actitudes.

En síntesis, si consideramos conjuntamente las funciones que cumplen las actitudes, podemos observar su importancia a la hora de satisfacer las necesidades psicológicas fundamentales de los humanos: tener conocimiento y control sobre el entorno, mantener cierto equilibrio y sentido interno, sentirnos bien con nosotros mismos y ser aceptados por los demás (para una revisión detallada de estas motivaciones en el contexto de las actitudes, véase, por ejemplo, Briñol y Petty, 2005).

Ahora bien, como suele ocurrir con la mayoría de fenómenos psicológicos, la necesidad de juzgar los estímulos del entorno en términos evaluativos puede variar de unas personas a otras. Estas diferencias individuales a la hora de evaluar los estímulos se pueden medir con la escala de *necesidad de evaluación* (Jarvis y Petty, 1996). Comparado con las personas que puntúan bajo en necesidad de evaluación, aquellas con altas puntuaciones tienden a juzgar todo en términos de bueno o malo y poseen mayor número de actitudes, siendo estas últimas también más accesibles y predictoras de su comportamiento.

17.4 Formación de las actitudes

Las personas poseen actitudes hacia la mayoría de estímulos que les rodean. Incluso para aquellos objetos para los cuales podemos no tener ningún conocimiento ni experiencia, enseguida

podemos evaluarlos en la dimensión bueno-malo, o me gusta-no me gusta. Si bien, la formación de alguna de estas evaluaciones puede estar influida por aspectos genéticos, como parece ocurrir con ciertos estímulos muy concretos, tales como serpientes, arañas o determinados sonidos y sabores, y cuyo origen parece radicar en mecanismos relativamente innatos que han favorecido a la especie en épocas ancestrales, la mayoría de las actitudes tiene sus raíces en el aprendizaje y el desarrollo social. De esta forma, muchas actitudes se adquieren:

- Por condicionamiento instrumental, es decir, por medio de los premios y castigos que recibimos por nuestra conducta.
- Por modelado o imitación de otros.
- Por refuerzo vicario u observación de las consecuencias de la conducta de otros.

En este apartado vamos a examinar con más detalle alguno de los procesos a través de los cuales se forman las actitudes organizados alrededor de los componentes de las actitudes. Como ya hemos mencionado, las actitudes se organizan en torno a tres componentes, denominados, en función del tipo información que contienen, *componente cognitivo*, *componente afectivo* y *componente conductual*. Los tres tipos de información juegan un papel importante en la formación y desarrollo de las actitudes, tal y como se expone a continuación.

Actitudes basadas en información cognitiva

El sentido común nos indica que nuestras actitudes están directamente relacionadas con los pensamientos o creencias que desarrollamos sobre el objeto de actitud vinculado a ellas. Así, basamos nuestros juicios sobre lo que nos gusta, o con lo que estamos de acuerdo, en función de lo que pensemos acerca de las cualidades positivas o negativas que posea el objeto de actitud o bien, de cómo puede ayudarnos a conseguir nuestras metas.

El hecho de estar en contacto diariamente con numerosos objetos y personas provoca que desarrollemos creencias que describen y valoran a esos objetos y personas. Así, aprendemos que nuestro padre nos protege, que las fresas tienen buen sabor o que si manipulamos un cactus nos podemos pinchar. Por otra parte, existen otro tipo de objetos y temas con los cuales puede que no hayamos tenido una experiencia personal, y así, es probable que nunca hayamos convivido con los aborígenes de Australia, ni hayamos probado la heroína, pero, basándonos en experiencias indirectas, provenientes de terceras personas, somos capaces de desarrollar actitudes hacia estos objetos. Nuestros grupos de referencia, ya sean los padres a edades más tempranas o nuestros compañeros y amigos a lo largo de las etapas del desarrollo, nos van proporcionando criterios mediante los cuales formar nuestras actitudes y comportamientos.

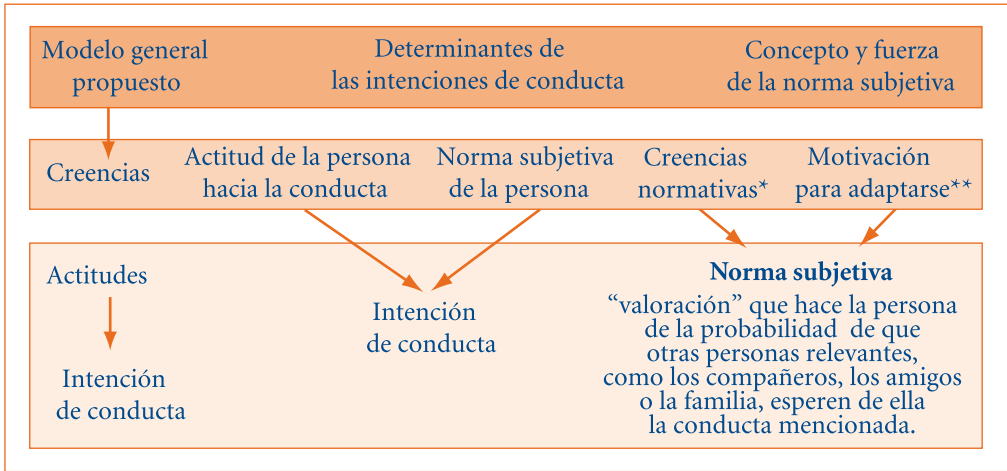
Existen varios modelos teóricos que especifican la relación de algunas de estas creencias con las actitudes y, en última instancia, con la conducta. Entre ellas figuran la *Teoría de la acción razonada* (Fishbein y Ajzen, 1975) y la *Teoría de la acción planeada* (Ajzen, 1991), ampliación del primer modelo.

Teoría de la acción razonada

Se basa en el modelo, más general, conocido como de la *expectativa-valor* (por ejemplo, McGuire, 1969), y parte de la premisa de que las actitudes están determinadas por las creencias que tenemos acerca del objeto actitudinal. Por tanto, el primer objetivo a considerar dentro de

este marco teórico debe ser la determinación de las creencias asociadas a cualquier objeto de actitud. Véase una representación gráfica del modelo en la Figura 17.1.

Figura 17.1: Representación gráfica de la propuesta de la Teoría de la acción razonada



* Concepto de “creencias normativas”: lo que otras personas relevantes para la persona esperan que ésta haga.

** La motivación para adaptarse se refiere a las expectativas generadas por la norma subjetiva

Años después de la elaboración de su Modelo de la acción razonada, los autores mencionados propusieron una ampliación del modelo, introduciendo una nueva variable, el *control percibido*, o expectativa que la persona tiene de la existencia de determinados factores que dificultan la realización de la conducta. Así, cuantos más factores cree la persona que dificultan la realización de la conducta, disminuye el control percibido y por lo tanto, la relación entre actitud y conducta.

En síntesis, según estos modelos, las personas poseen una variedad de creencias asociadas con la actitud, creencias que van desde estimaciones de la probabilidad y deseabilidad de las conductas asociadas con el objeto de actitud hasta las expectativas en relación con lo que sería deseable para los demás. Aunque este modelo describe algunas de las creencias que pueden contribuir a la formación y el cambio de actitudes, no especifica los procesos psicológicos que median la relación entre actitud y conducta.

Antes de cerrar este apartado conviene hacer dos precisiones importantes. Primero, en oposición relativa a estos modelos teóricos, que postulan una persona racional con capacidad para procesar detalladamente la situación en la que está inmersa y, en consecuencia, para decidir sobre su conducta de una manera deliberada, Fazio (1990) propone, en su modelo denominado MODE, que la mayor parte de la conducta se produce de forma espontánea y que las actitudes guían la conducta a través de procesos psicológicos automáticos. Es decir, en la medida en que una actitud relevante venga a la mente (aspecto que dependerá, en parte, de la accesibilidad de la actitud), la correspondiente conducta asociada con dicha actitud es probable que aparezca automáticamente, con poca o ninguna deliberación previa, por parte de la persona. Es decir, que, según esta perspectiva, una actitud puede guiar la conducta sin necesidad de que medie ningún pensamiento.

Segundo, aunque las personas tengan creencias sobre el objeto de actitud, ello no implica, ni garantiza necesariamente, que las usen a la hora de formar una actitud. Las personas no siempre tienen la suficiente confianza en la validez de sus propios pensamientos, lo cual, reduce su impacto en la evaluación general del objeto de actitud. Como se describe con detalle en el Capítulo 18 sobre cambio de actitudes, Briñol y Petty (2004) han demostrado que numerosas variables de la situación y de la persona pueden influir en la confianza que las personas tienen sobre lo que piensan en relación con un objeto de actitud. Por ejemplo, si dos personas tienen exactamente las mismas creencias en relación con un producto o servicio comercial, pero una de ellas se entera que la propuesta proviene de una fuente con baja credibilidad (Briñol, Petty, y Tormala, 2004), o recibe una mala noticia y se pone de mal humor (Briñol, Petty, y Barden, 2006), o es colocado en una postura asociada con duda (Briñol y Petty, 2003), o tiene dificultad para generar mentalmente, o recordar, dichas creencias (Tormala, Petty, y Briñol, 2002), entonces las creencias de esa persona jugarán un papel menos destacado a la hora de la formación de actitudes.

Actitudes basadas en información afectiva

Otro de los procesos que influye sobre las evaluaciones que desarrollamos acerca de un objeto de actitud es el afecto. Como es sabido, a través de nuestras experiencias asociamos determinadas emociones a personas, objetos o situaciones, y ello, relativamente al margen de las creencias que poseamos sobre el objeto evaluado. Numerosos son los mecanismos que permiten explicar la influencia de los afectos en la formación de actitudes, de entre todos ellos destacaremos tres de los más importantes: el condicionamiento clásico, el *priming* afectivo y la mera exposición.

Condicionamiento clásico

El condicionamiento clásico se refiere a una forma de aprendizaje en la que un estímulo que inicialmente no evoca ninguna respuesta emocional (*estímulo condicionado*) termina por inducir dicha respuesta como consecuencia de su emparejamiento sucesivo con otro estímulo (*estímulo incondicionado*), que sí provoca naturalmente la mencionada respuesta afectiva. Un importante número de investigaciones han puesto de manifiesto el papel que el condicionamiento clásico juega en la formación de actitudes (Eagly y Chaiken, 1993; Petty y Wegener, 1998).

En uno de los primeros estudios sobre formación de actitudes a través del condicionamiento clásico, Staats y Staats (1958) emparejaron, sucesivas veces, palabras del lenguaje cotidiano y afectivamente neutras, como pan, agua, edificio y similares (estímulos condicionados) con una serie de ruidos desagradables (estímulos incondicionados) o con ruidos neutros. Al finalizar la serie de emparejamientos, los resultados indicaron que los participantes sometidos al tratamiento descrito valoraron más negativamente las palabras (y experimentaban, además, una mayor activación fisiológica) cuando dichas palabras se habían asociado a los ruidos desagradables, que cuando esas mismas palabras no se habían asociado a tal circunstancia.

La formación de actitudes a través de procesos de condicionamiento es un procedimiento utilizado con mucha frecuencia en la formación y cambio de respuestas afectivas en distintos contextos, ya que no requiere un esfuerzo mental por parte de la persona condicionada. Un efecto parece confirmar esta idea: es más fácil aprender respuestas afectivas a estímulos con los que no hemos tenido ninguna experiencia previa que a aquellos que nos son conocidos. Por ejemplo, Cacioppo, Marshall-Goodell, Tassinary y Petty (1992) lo demostraron en una investigación en la que asociaban palabras conocidas o desconocidas (pseudopalabras) a estímulos aversivos, al comprobar que se producía mayor condicionamiento para las pseudopalabras.

También, DeHouwer, Thomas, y Baeyens (2001) demostraron que se pueden condicionar estímulos incluso cuando los estímulos originalmente neutros se presentan junto con estímulos incondicionados enmascarados subliminalmente. Otros trabajos más recientes han demostrado, a su vez, que la formación de actitudes por condicionamiento es posible incluso cuando ambos estímulos, el condicionado y el incondicionado, se presentan simultáneamente de forma subliminal (por ejemplo, Dijksterhuis, 2004).

Trasladado a nuestra vida cotidiana, la inclusión de estímulos atractivos, como modelos, música, humor o paisajes, utilizados en las campañas publicitarias de las marcas comerciales, parece reflejar el intento de formar actitudes a través del condicionamiento clásico, especialmente cuando se lanza alguna nueva marca de la que no se tiene información previa (para una interpretación de la publicidad desde esta perspectiva del condicionamiento clásico, véase, por ejemplo, Froufe y Sierra, 1998).

Priming afectivo

Una variación de los procedimientos tradicionales de condicionamiento clásico es el denominado fenómeno de *priming afectivo* que consiste, básicamente, en el mismo proceso descrito anteriormente pero exponiendo el estímulo incondicionado antes que el condicionado.

Por ejemplo, Krosnick, Betz, Jussim, y Lynn (1992) presentaron a sus participantes fotos de un grupo de amigos o fotos de serpientes seguidas de fotos de una persona realizando distintas actividades. Los participantes juzgaron a la persona y las actividades que realizaba de forma más positiva en caso de haber sido expuestos antes a material positivo (amigos) que cuando fueron expuestos al material negativo (serpientes). Murphy y Zajonc (1993) demostraron posteriormente que este tipo de procedimiento sólo funciona cuando las personas no se dan cuenta de la presentación anterior del estímulo incondicionado, ya que, de ser así, tienden a corregir su nueva tendencia de respuesta. El análisis de estos intentos de corrección de la influencia del estímulo incondicionado también pueden servir para conocer de forma indirecta las actitudes de las personas hacia los estímulos incondicionados (Payne, Cheng, Govorun, y Stewart, 2005). Es decir, si una persona cree que el estímulo incondicionado puede influir en sus actitudes hacia el estímulo que le sigue e intenta corregir dicha influencia, entonces, si se analiza la magnitud de este intento de compensación, se puede tener una medida indirecta de lo que esa persona piensa sobre el valor del estímulo incondicionado. De esta forma, el procedimiento de Payne y sus colaboradores constituye una medida implícita de las actitudes.

Mera exposición



Robert Zajonc
Universidad de Stanford

Se pueden formar actitudes sin necesidad de emparejar unos estímulos con otros, basta con presentar un estímulo repetidas veces para que acabe por gustar.

Esto es lo que Robert Zajonc (1968) denominó *efecto de mera exposición* para referirse al aumento de la preferencia por un estímulo tras la exposición repetida a dicho estímulo.

La simple repetición de un estímulo puede llevar a evaluaciones más positivas de dicho estímulo incluso cuando las personas no reconocen haberlo visto con anterioridad (Kunst-Wilson y Zajonc, 1980).

Existen varias explicaciones para el efecto de la mera exposición, entre las cuales señalaremos las dos más importantes. Según la explicación basada en la fluidez perceptiva, la repetida exposición a un estímulo hace que sea más familiar, lo hace más fácil de procesar y ello llevaría a una respuesta más positiva (Bornstein, 1989; Jacoby, Kelley, Brown, y Jasechko, 1989). Aunque las personas no reconozcan conscientemente que un determinado estímulo se les ha presentado varias veces con anterioridad, eso no implica necesariamente que no sean conscientes de que dicho estímulo es más fácil de percibir y procesar.

La fluidez perceptiva se puede atribuir a, o confundir con, la favorabilidad hacia el estímulo, así como al hecho de que la exposición repetida a un estímulo produzca juicios más extremos en otras dimensiones no evaluativas (por ejemplo, como las referidas a las características estéticas del estímulo, Mandler, Nakamura, y Van Zandt, 1987; o a su veracidad, Skurnik, Yoon, Park, y Schwarz, 2005).

En relación con este planteamiento es preciso señalar que para que esa facilidad mental influya sobre las actitudes, las personas tienen que considerar la fluidez como algo positivo (Briñol, Petty, y Tormala, 2006). En una serie de experimentos, Briñol y cols., (2006) demostraron que los efectos de la fluidez sobre las actitudes dependen del significado asociado con esa experiencia subjetiva, pudiéndose llegar, incluso, a producir los efectos contrarios a los de mera exposición, cuando dicha fluidez es considerada como un indicador, por ejemplo, de simpleza mental, de poca inteligencia y escaso refinamiento.

La segunda explicación del efecto de mera exposición se basa en la idea de que la familiaridad reduce tanto la incertidumbre como la competición de respuestas que la nueva información genera, llevando directamente a una mayor preferencia. Según esta perspectiva, las personas prefieren estímulos familiares antes que estímulos nuevos, independientemente de si la familiaridad se deriva de la presentación previa o de cualquier otra fuente (Lee, 2001).

Por ejemplo, Moreland y Zajonc (1982) encontraron que los participantes de sus experimentos respondían de forma más favorable a caras de personas, cuando dichas caras les resultaban familiares, en este caso, como consecuencia de parecerse a otras expuestas previamente. En función de estos y otros resultados similares, parece claro que el vínculo entre la familiaridad y la preferencia es tan estrecho que los estímulos positivos también son percibidos como más familiares (Corneille, Monin, y Pleyers, 2005). Tomados conjuntamente, los resultados, hasta ahora ofrecidos, parecen sugerir que la relación entre fluidez, familiaridad y preferencia puede ser de carácter multi-direccional (para una revisión, véase, Petty, Briñol, Tormala, y Wegener, en prensa).

Conviene realizar algunas matizaciones finales en relación con el efecto de mera exposición. En primer lugar, la exposición repetida a un estímulo sólo lleva a una mayor preferencia cuando los estímulos presentados son relativamente nuevos, y no se tiene una actitud previa clara hacia ellos, así como cuando la presentación de dichos estímulos es relativamente sutil (por ejemplo, presentaciones subliminales, Bornstein y D'Agostino, 1992). En este sentido, la investigación ha demostrado que cuando se aumenta la probabilidad de elaboración, es decir, cuando las personas están dispuestas a pensar y piensan sobre el estímulo, el efecto de mera exposición se reduce significativamente (Kruglanski, Freund y Bar-Tal, 1996).

Así, también se ha descubierto que cuando se tiene experiencia previa con los estímulos presentados, no se produce un efecto de mera exposición, sino un efecto que acentúa la respuesta original de la persona (Brickman, Redfield, Harrison, y Crandall, 1972). Es decir, la presentación repetida de estímulos evaluados con anterioridad como negativos hace que las respuestas de las personas se hagan todavía más negativas, mientras que la exposición repetida a estímulos considerados de antemano positivos produce un aumento en las preferencias por dicho estímulo (Cacioppo y Petty, 1989).

En segundo lugar, el efecto de mera exposición es probable que contribuya a explicar, al menos en parte, otros fenómenos de formación de actitudes en los que sea necesario exponer a las personas a estímulos de forma repetida. Por ejemplo, Briñol, Sierra, Falces, Becerra y Froufe (2000) sugieren que la mera exposición al estímulo condicionado podría facilitar, bajo determinadas condiciones, la formación de actitudes a través del condicionamiento clásico. Es decir, cada vez que se empareja un estímulo condicionado y otro condicionado en un procedimiento de condicionamiento clásico, también se está exponiendo a la persona a dichos estímulos y, por tanto, la preferencia desarrollada posteriormente hacia el estímulo condicionado podría deberse en parte al efecto de mera exposición de dicho estímulo.

Actitudes basadas en información conductual

Los psicólogos sociales se han interesado durante décadas por la forma en que el propio comportamiento puede servir de base para desarrollar nuestras evaluaciones sobre diferentes objetos de actitud. Es decir, las conductas que realizamos en relación con dichos objetos pueden proporcionar información relevante para la constitución de nuestras actitudes.

Existe una amplia evidencia empírica y fenomenológica que apoya esta idea, según la cual, la forma en que nos comportamos afecta a nuestras actitudes (para una revisión, véase, Briñol y cols., 2001). La Psicología social se ha centrado en el estudio de los mecanismos psicológicos a través de los cuales se produce este efecto, es decir, de los procesos que explican la influencia de la conducta sobre los propios estados internos. A continuación, se describen brevemente estos procesos.

Condicionamiento clásico

Ya se mencionó anteriormente que nuestra propia conducta puede afectar a las actitudes funcionando como un estímulo incondicionado. En línea con este razonamiento, se ha encontrado que distintas expresiones faciales (sonrisa vs. enfado) y movimientos (por ejemplo, de extensión y flexión de brazos) podían servir para formar y modificar actitudes hacia distintos estímulos (Cacioppo y cols., 1993; Strack, Martin, y Stepper, 1988).

Disonancia cognitiva

Además del condicionamiento clásico hay otros procesos psicológicos que pueden explicar cómo nuestra propia conducta nos influye para que acabemos adquiriendo y modificando nuestras actitudes. Quizás uno de los paradigmas más representativos de esta categoría sea el de la *disonancia cognitiva* (Festinger, 1957), según el cual, cuando las personas se comportan de forma inconsistente con su forma de pensar se produce un estado aversivo de malestar que lleva a las personas a buscar estrategias para reducir o eliminar ese estado de ánimo negativo.

Existen muchas formas de lidiar con el malestar producido por una conducta discrepante con nuestros pensamientos, pero las más estudiadas son el cambio y la formación de actitudes para mantener la consistencia con las conductas inicialmente incongruentes. Véase el experimento de disonancia de Festinger y Carlsmith (1959), descrito en el Capítulo 19 de este volumen.

El paradigma de la disonancia cognitiva supuso un importante cambio de perspectiva en relación con las teorías clásicas del aprendizaje al demostrar que los incentivos externos podían resultar contraproducentes para motivar a las personas, al menos en algunas circunstancias. En la misma línea, Aronson y Mills (1959) descubrieron que las personas valoran más el grupo al que pertenecen cuanto peor lo pasan para poder formar parte de ese grupo.

Se han estudiado exhaustivamente los mecanismos concretos a través de los cuales actúa la disonancia, así como las condiciones necesarias en las que se produce. Por ejemplo, el cambio o la formación de actitudes que sucede al efecto de la disonancia son mayores bajo las siguientes condiciones:

- Cuando el comportamiento realizado produce consecuencias negativas.
- Cuando dicho comportamiento se elige libremente.
- Cuando implica un cierto esfuerzo.
- Cuando viola la imagen que las personas tienen de sí mismos.

Petty y Wegener (1998) ofrecen una revisión amplia de los puntos anteriores. Además los efectos de la disonancia sobre el cambio y la formación de la actitud son más probables en las personas de culturas occidentales y con una alta necesidad de consistencia (Cialdini, Trost, y Newsom, 1995).

Autopercepción

Una explicación alternativa a la Teoría de la Disonancia es la teoría de la Autopercepción de Bem (1972). Según esta teoría, utilizamos la observación de nuestras propias conductas para juzgarnos a nosotros mismos, igual que hacemos con la conducta de todos los demás. Así, si de pronto observamos que durante la última semana hemos estado llamando por teléfono a otra persona y hemos mantenido largas y agradables conversaciones sin ningún motivo especial, podemos deducir que es debido a que esa persona quizá nos guste. Este proceso de autoobservación, que se describe con detalle en el Capítulo 20 de este manual, es más probable que influya en las evaluaciones cuando no tenemos una actitud previa y clara sobre el objeto evaluado.

Sesgo de búsqueda

Otro mecanismo psicológico a través del cual la conducta puede influir sobre la formación de actitudes es por medio del sesgo de los pensamientos que vienen a la mente en el momento en que las personas llevan a cabo dicha conducta. Según Janis (1968), cuando las personas realizan una determinada conducta, se produce un sesgo de búsqueda a favor de los pensamientos que son consistentes con dicha conducta y en detrimento de aquellos pensamientos no consistentes con ella. En otras palabras, la propia conducta también podría cambiar las actitudes haciendo unas creencias o pensamientos más accesibles que otros. Se sabe, por ejemplo, que en cuanto tomamos una decisión y elegimos entre varias alternativas (por ejemplo, de profesiones, compañeros, casas, coches, y otros por el estilo), la opción escogida se empieza a evaluar más favorablemente que las demás, con las que originalmente no había tantas diferencias. En línea con esta visión de la relación entre conducta y actitudes se han desarrollado numerosas tácticas de influencia (para una revisión véase, Briñol y cols., 2001; Cialdini y Trost, 1998).

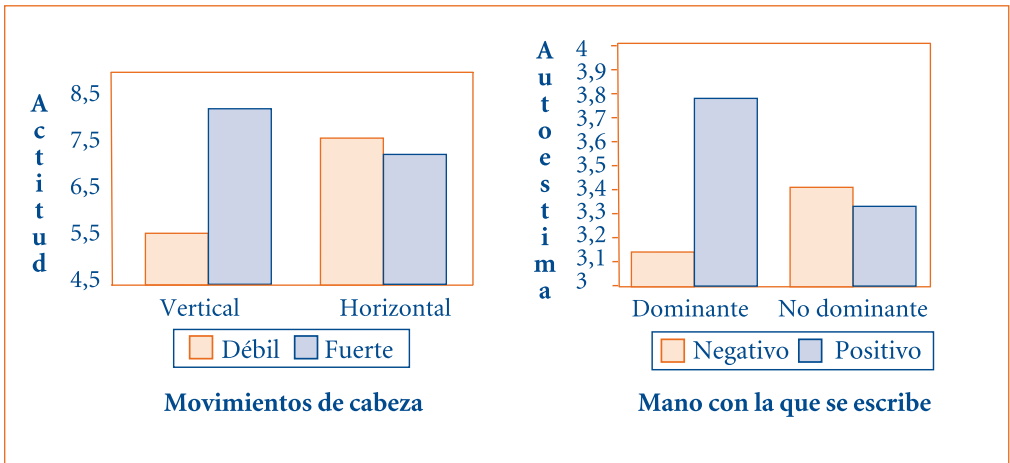
Autovalidación

Un último proceso psicológico que puede explicar la influencia de la conducta sobre las actitudes es el postulado por la *Teoría de autovalidación*. Según Briñol y Petty (2003), la propia conducta se utiliza en ocasiones como un indicador de la validez de los propios pensamientos. Es decir, la conducta no sesgaría los pensamientos que vienen a la mente, sino que serviría para decidir sobre su validez.

Para poner a prueba esta teoría, Briñol y Petty (2003) llevaron a cabo varios experimentos en los que las personas tenían que generar pensamientos favorables o desfavorables hacia un

determinado objeto de actitud mientras movían la cabeza vertical u horizontalmente. Para este diseño, todas las teorías descritas anteriormente predicen que las muestras de asentimiento (movimientos verticales) deberían producir unas actitudes más favorables que las muestras de desacuerdo (movimientos horizontales), como de hecho habían encontrado anteriormente Wells y Petty (1980). Sin embargo, en línea con la Teoría de autovalidación, ese fue el caso sólo para aquellos participantes que tuvieron pensamientos favorables (véase el Gráfico 17.1). Por el contrario, para los participantes con pensamientos desfavorables, aquellos que asintieron con la cabeza mostraron unas actitudes menos favorables que los que realizaron movimientos con la cabeza de negación. En una serie de estudios posteriores, Briñol y Petty (2003) demostraron que este efecto se debía a que, en comparación con los movimientos verticales, los movimientos de cabeza horizontales redujeron la confianza en los propios pensamientos. Además, en estos trabajos se comprobó que otras conductas distintas (por ejemplo, escribir con la mano dominante o con la no dominante, sacar pecho o encorvar la espalda) también pueden cambiar las actitudes influyendo en la confianza que se tiene en los propios pensamientos (véase el Gráfico 17.2).

Gráfico 17.1: *Actitudes en función de la calidad de los argumentos y las conductas de asentimiento y negación.*



Fuente: Adaptado de Briñol y Petty (2003, Experimento 1). **Fuente:** Adaptado de Briñol y Petty (2003, Experimento 4).

17.5 Fuerza y estructura de las actitudes

El concepto de fuerza de las actitudes se refiere a la capacidad de una actitud para ser relativamente estable y resistente en el tiempo, y con capacidad para predecir la conducta de las personas (para una completa revisión, véase, Petty y Krosnick, 1995). Las actitudes, denominadas fuertes, tienen mayor probabilidad de producir estos resultados que aquellas a las que se conoce como actitudes débiles.

Se han identificado distintos indicadores objetivos y subjetivos de la fuerza de una actitud.

- Los *indicadores objetivos* más estudiados son extremosidad, accesibilidad, ambivalencia, estabilidad, resistencia, potencial predictivo sobre la conducta y grado de conocimiento asociado con el objeto de actitud.
- Los *indicadores subjetivos* tienen que ver, en la mayoría de los casos, con la estimación subjetiva o la percepción que las personas tienen de los indicadores objetivos.

Indicadores objetivos de la fuerza de las actitudes

Extremosidad o polarización

Este indicador se define mediante dos elementos, la dirección o valencia, y la intensidad o polaridad. La dirección o valencia de las actitudes se refiere a la valoración positiva, neutra o negativa que la persona atribuye al objeto actitudinal.

Por ejemplo, mientras que una persona puede considerar el *rap* su estilo musical preferido (valencia positiva), otra puede mostrarse indiferente al no tener formada una actitud al respecto (valencia neutra) o incluso desagradarle totalmente (valencia negativa). La intensidad o polaridad de la actitud hace referencia a la magnitud, mayor o menor, de esa valencia.

En una escala de actitudes de 7 puntos, donde los extremos son “no me gusta nada” y “me gusta mucho”, una persona que puntuara un 1 o un 7 tendría una actitud más extrema que otra persona que contestara con un 3 o un 4. Por tanto, las actitudes son más extremas o polarizadas en la medida en que se sitúen más cerca de los polos de un continuo evaluativo.

Accesibilidad

Se refiere al grado en que las actitudes se activan espontáneamente cuando las personas se exponen al objeto de actitud, o dicho de otro modo, a la rapidez con que una actitud viene a nuestra mente. El grado de accesibilidad afecta, inevitablemente, a la forma de interpretar la realidad por parte de las personas.

Por ejemplo, la accesibilidad de una actitud al dirigir la atención hacia aquellos estímulos relacionados con la actitud, influye en lo que la persona ve y también sobre las categorías mentales que se usan para evaluar y clasificar dichos estímulos (Roskos-Ewoldsen y Fazio, 1992). Como consecuencia, la relación entre actitud y conducta también aumenta cuanto mayor sea la accesibilidad de la actitud.

La accesibilidad de una actitud se puede medir registrando el tiempo que tardan las personas en contestar a una escala de actitud. Existen muchos factores antecedentes que influyen sobre la accesibilidad de una actitud. Por ejemplo, las actitudes son más accesibles en la medida en que las personas han pensado mucho sobre el objeto de actitud relacionado con ellas. También se aumenta la accesibilidad actitudinal simplemente con su expresión explícita y repetida (Fazio, 1995).

Ambivalencia

Cuando una persona mantiene de forma simultánea dos evaluaciones de signo opuesto hacia el mismo objeto de actitud se dice, entonces, que tiene una actitud ambivalente hacia dicho objeto (por ejemplo, Thompson, Zanna y Griffin, 1995). Puesto que las personas tienden a mantener una cierta coherencia psicológica y evitar los posibles conflictos mentales (Festinger, 1957; Heider, 1958), tener a la vez respuestas positivas y negativas hacia un mismo objeto puede resultar problemático y debilitar la actitud.

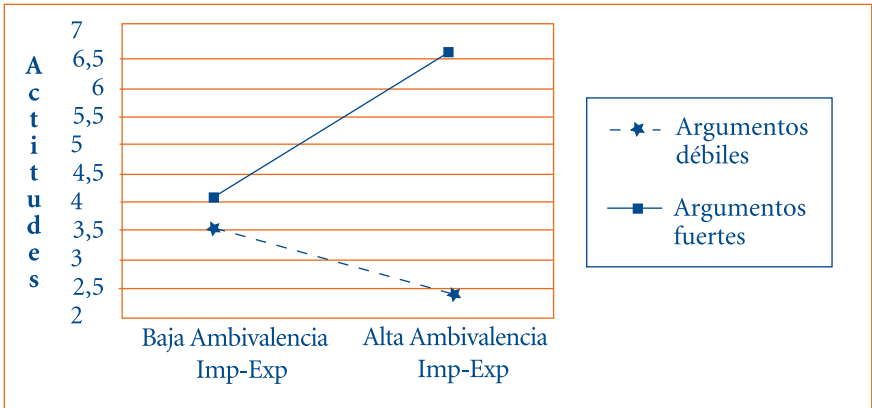
La ambivalencia se puede evaluar midiendo por separado la respuesta positiva y negativa de la actitud. Cuanto más extremas y semejantes en intensidad son las evaluaciones, más ambivalente será la actitud (para una revisión, véase Priester y Petty, 1996). Por ejemplo, preguntamos a alguien que considere únicamente los aspectos positivos de su trabajo y nos diga en qué medida se encuentra satisfecho con él. A continuación le preguntaríamos que, teniendo en cuenta, únicamente, los aspectos negativos de su trabajo, valore en qué medida se encuentra insatisfecho al respecto.

Una persona puede ser ambivalente por tener a la vez evaluaciones positivas y negativas hacia el mismo objeto de actitud o por tener discrepancias internas entre los componentes afectivos, cognitivos y conductuales de la actitud o, incluso por tener, conflictos entre distintas actitudes relacionadas entre si. La ambivalencia evaluativa también puede ser el resultado del conflicto entre la propia actitud y las actitudes que sabemos, o incluso imaginamos, que tienen los demás. Como veremos al final del capítulo, también puede aparecer una cierta ambivalencia implícita entre las actitudes nuevas y las viejas (Petty, Tormala, Briñol, y Jarvis, 2006), y entre las evaluaciones automáticas y las controladas (Briñol, Petty, y Wheeler, 2006).

Las actitudes ambivalentes no cumplen las funciones de orientación de la conducta, e impiden a las personas tomar decisiones sobre el objeto de actitud. En consecuencia, la persona se ve incapaz de actuar de forma resuelta sobre el objeto de actitud. Precisamente por ello, las actitudes ambivalentes son catalogadas como débiles y, en general, suelen estar asociadas con la búsqueda de estrategias que permitan resolver dicha ambivalencia.

Existen muchas formas para intentar resolver la ambivalencia, pero quizás la más estudiada sea la búsqueda de información adicional sobre el objeto de actitud en un intento por resolver el conflicto entre los aspectos positivos y negativos y así poder polarizarse en un sentido u otro (por ejemplo, Briñol, Horcajo y cols., 2004; Petty y cols., 2006; Maio, Bell, y Esses, 1996). Como se muestra en el Gráfico 17.3, cuanto mayor es la ambivalencia de una persona en relación con un objeto de actitud, mayor es la probabilidad de procesar la información relacionada con dicho objeto (por ejemplo, evaluado a través de la capacidad para discriminar entre argumentos fuertes y débiles, Briñol y cols., 2006; véase el Capítulo 18 sobre cambio de actitudes para una descripción detallada de la técnica de la calidad de los argumentos).

Gráfico 17.3: Actitudes en función de la calidad de los argumentos y la ambivalencia entre medidas explícitas e implícitas.



Fuente: Adaptado de Briñol, Horcajo, De la Corte, Valle, Gallardo y Díaz (2004).

Estabilidad

Una actitud es estable y, por tanto, fuerte, en la medida que es capaz de mantenerse intacta en el tiempo. Esta cualidad se suele evaluar midiendo la misma actitud en distintos momentos. Por ejemplo, una actitud que hoy es muy extrema y dentro de dos meses resulta moderada sería una actitud poco estable y, por tanto, se podría decir que es una actitud débil comparada con otra que no varíe durante dicho periodo.

Resistencia

Este indicador de fuerza hace referencia a la capacidad de las actitudes para resistirse a información de signo contrario. La resistencia de una actitud se puede evaluar exponiendo a las personas a información contraactitudinal y evaluando su impacto persuasivo. En la medida en que la actitud no cambie como resultado de este ataque contraactitudinal se puede hablar de una actitud fuerte.

Predicción de la conducta

Una actitud es fuerte en la medida en que es capaz de influir en la conducta de una persona. Por ejemplo, como señalamos anteriormente, un problema de las actitudes ambivalentes es que no permiten a las personas saber qué hacer en relación con el objeto de actitud, con la parálisis consiguiente ante él. Algo muy semejante ocurre con las actitudes poco extremas y las actitudes poco accesibles. Por tanto, según posean determinados indicadores de fuerza, unas actitudes predecirán la conducta mejor que otras.

Con todo, las relaciones entre actitud y conducta no son lineales. La fuerza de una actitud y, por tanto, su capacidad para influir sobre la conducta va a depender fundamentalmente del proceso psicológico a través del cual se forme o se modifique dicha actitud. En términos generales, las actitudes que se adquieren a través de procesos de alta elaboración cognitiva son más fuertes que las actitudes que se adquieren o se cambian a través de procesos psicológicos de bajo esfuerzo mental (Petty y Cacioppo, 1986; véase también el Capítulo 18 sobre cambio de actitudes). Es decir, las actitudes son fuertes en la medida en que se piensa y elabora sobre el objeto de actitud.

Actualmente, se considera que la fuerza de las actitudes es el parámetro más relevante a la hora de analizar las relaciones entre las actitudes y la conducta. Es decir la relación actitud-conducta depende de las características de las actitudes y, por tanto, de los procesos psicológicos a través de los cuales se forman y modifican. No obstante, existen otros factores de la situación y persona que influyen sobre esta relación.

Por ejemplo, mientras algunas situaciones favorecen que las personas actúen en consonancia con sus actitudes, otras situaciones, en la medida en que implican fuertes presiones sociales para comportarse de forma políticamente correcta (por ejemplo, comportamientos públicos en relación con grupos desfavorecidos) reducen la relación entre actitud y conducta. Lo mismo ocurre a un nivel de análisis más general. Mientras las culturas occidentales, fundamentalmente individualistas, favorecen que las personas se comporten coherentemente de acuerdo con sus actitudes, las culturas orientales, más colectivistas, valoran más los comportamientos orientados al grupo, reduciendo así la relación entre actitudes y conductas individuales (Markus y Kitayama, 1991).

Por otro lado, algunas personas muestran mayor consistencia entre sus actitudes y sus conductas que otras. Por ejemplo, las personas que puntúan bajo en la escala de autoobservación (*self-monitoring*, véase Snyder, 1987), las personas con alta necesidad de cognición (Cacioppo

y Petty, 1982) y evaluación (Jarvis y Petty, 1996), y las personas con alta preferencia por su propia consistencia (Cialdini, Trost y Newson, 1995) tienden a mostrar mayor relación entre sus actitudes y su conducta.

Además de las diferencias en personalidad, los factores sociodemográficos también pueden influir sobre esta relación. Por ejemplo, los adultos muestran mayor consistencia actitud-conducta que los jóvenes y los mayores (Visser, y Krosnick, 1998; para una revisión de las diferencias individuales en actitud-conducta, véase, Briñol y Petty, 2005).

En resumen, las actitudes no sólo predicen la conducta en función sus propias características, sino que dependen también de la persona y la situación. Todavía se pueden mencionar otros factores relevantes para la relación actitud-conducta, de entre los cuales destacaremos la precisión en la medida de las actitudes. Por ejemplo, la relación actitud-conducta es más estrecha cuando las actitudes se miden de forma específica hacia una determinada conducta. Así, las actitudes generales hacia el medioambiente no predicen la conducta de reciclaje de papel tan bien como lo hacen las actitudes específicas hacia ese tipo de comportamiento.

Indicadores subjetivos de la fuerza de las actitudes

Prácticamente para cada uno de los *indicadores objetivos de fuerza* señalados en el anterior apartado, conocidos también como *indicadores operativos de fuerza actitudinal*, existe su correspondiente *indicador subjetivo*. Por ejemplo, para el parámetro de accesibilidad, que se refiere a la velocidad a la que vienen las actitudes a la mente y que se evalúa objetivamente con el registro de tiempos de reacción, también se puede preguntar a las personas por la facilidad con la que experimentan esa actitud. Es decir, además de tomar medidas relativamente objetivas sobre los parámetros de fuerza, se puede pedir a las personas que realicen juicios subjetivos sobre ellos, a través de sus sensaciones y percepciones.

Así, plantearíamos a una persona cuestiones tales como:

- En qué medida considera que su actitud es estable.
- Cómo cree que su actitud resistiría un ataque de información contraria a ella.
- Si, en ese caso, experimentaría algún tipo de conflicto con respecto al objeto de actitud.
- Si considera que en el futuro se comportaría de forma consistente con su actitud.

Las respuestas obtenidas pueden catalogarse como indicadores subjetivos de la fuerza de actitud (también denominados indicadores metacognitivos), los cuales poseen también valor explicativo y predictivo de la relación entre actitud y conducta (por ejemplo, Bassili, 1996). Algunos de estos parámetros subjetivos carecen de su correspondiente parámetro objetivo. Los más importantes de este grupo son: la confianza, la importancia y el conocimiento sobre las actitudes.

Confianza

La *confianza* o seguridad con la que las personas mantienen sus actitudes ha sido el parámetro metacognitivo más estudiado en Psicología social (por ejemplo, F. H. Allport, 1924) y se refiere a la sensación de validez subjetiva que la persona tiene con respecto a sus propias actitudes (por ejemplo, Gross, Holtz y Miller, 1995).

Se han identificado una serie de factores que influyen sobre la confianza asociada a la actitud. Por ejemplo, las personas se sienten más seguras de sus actitudes:

- Cuando están basadas en la experiencia directa (Fazio y Zanna, 1981).

- Cuando hay un consenso social al respecto, que coincide con las actitudes mantenidas por la persona (Festinger, 1957).
- Cuando vienen a la mente fácilmente (Haddock, Rothman, Reber, y Schwarz, 1999).
- Cuando se ha pensado mucho sobre el tema, salvo que esa elaboración mental provoque pensamientos contradictorios (Lieberman y Chaiken, 1991).

Se han identificado, también, diferencias individuales con respecto a esta variable, de tal forma que las personas pueden tener más o menos confianza en sus actitudes en función de su personalidad y de factores sociodemográficos (véase, Briñol y Petty, 2005, para una revisión de estas diferencias individuales).

Otro factor que suele afectar a la confianza que las personas tienen sobre sus actitudes es la extremosidad de la propia actitud. Cuanto más extrema es una actitud, mayor confianza se suele tener en ella. Sin embargo, esto no quiere decir que confianza y extremosidad sean la misma cosa, pues se puede tener poca confianza en una actitud extrema y mucha confianza en actitudes moderadas.

Desde el punto de vista de sus antecedentes, conviene señalar que no siempre la confianza en las propias actitudes se basa en la solidez de los procesos anteriormente mencionados (por ejemplo, mayor elaboración, consenso social al respecto, o accesibilidad), sino en motivos relacionados con el control de las impresiones que intentamos dar a los demás o con la intención de compensar los propios déficits. Por ejemplo, algunas personas muestran mucha confianza en sus actitudes para intentar quedar bien a base de dar una imagen de seguridad o para compensar las dudas que tienen con respecto al objeto de actitud (para una discusión sobre la legitimidad de las bases de la confianza, véase, por ejemplo, DeMarree, Petty, y Briñol, en prensa).

Desde el punto de vista de las consecuencias, nos gustaría recalcar la importancia de la confianza actitudinal, ya que, por ejemplo, las actitudes que se mantienen con mayor confianza son más resistentes al cambio (Rucker y Petty, 2004), duraderas en el tiempo (Bassili, 1996), y predictoras de la conducta (Fazio y Zanna, 1981; Tormala y Petty, 2002).

Importancia

Se refiere a la relevancia o significado que la persona le da a su propia actitud (Krosnick, 1988). Implica emitir un juicio sobre la actitud que se tiene respecto a un determinado objeto de actitud (y no un juicio sobre el mencionado objeto). Por ejemplo, y en relación con el tema de los matrimonios *gays*, la importancia de las actitudes hacia este objeto de actitud vendría determinada por la respuesta que se diera a la pregunta ¿en qué medida consideras importante tu opinión sobre los matrimonios *gays*?).



Sin embargo, con mucha frecuencia, y bajo el supuesto de estudiar la importancia de las actitudes, lo que en realidad se ha medido en la investigación psicosocial ha sido la importancia del objeto de actitud, a través de preguntas como la siguiente:
¿en qué medida consideras el asunto de los matrimonios *gays* relevante? (véase Bizer y Krosnick, 2001).

Ni que decir tiene que la respuesta a preguntas como la que acabamos de mencionar permitiría establecer conclusiones muy interesantes relacionadas con la relevancia personal que

el objeto de actitud tendría para los individuos observados y con el grado de implicación que para ellos tendría el asunto de los matrimonios *gays*, aspectos ambos muy diferentes de la importancia que las personas otorgan a sus propias actitudes al respecto.

Así, cuanto más relevante sea un objeto de actitud para una persona, mayor será la búsqueda objetiva de información al respecto, mientras que cuanto más importante sea para la persona la actitud en sí misma (no el objeto), mayor será la probabilidad de que estos individuos realicen una búsqueda y procesamiento sesgado de información relacionada con el objeto de actitud. Esta misma distinción entre un juicio realizado con respecto al objeto de actitud en lugar de con respecto a la actitud en sí misma, se podría establecer en relación con el factor de ambivalencia subjetiva actitudinal (véase, Petty, Briñol, Tormala y Wegener, en prensa).

Conocimiento

Este parámetro se refiere a la cantidad de conocimiento que una persona cree tener con respecto a su propia actitud. Igual que ocurría con los casos anteriormente mencionados, lo que a menudo se mide es el grado de conocimiento con respecto al objeto de actitud en lugar del conocimiento sobre la actitud misma (por ejemplo, Wood, Rhodes y Biek, 1995). En cualquier caso, este indicador es importante ya que tiene consecuencias para el procesamiento de la información y la conducta. Por ejemplo, las actitudes sobre las cuales la gente cree tener muchos conocimientos suelen predecir la conducta mejor que las actitudes sobre las que se cree tener poco conocimiento. Además, cuando una persona cree tener mucho conocimiento sobre una actitud suele dejar de buscar y procesar la información relacionada.

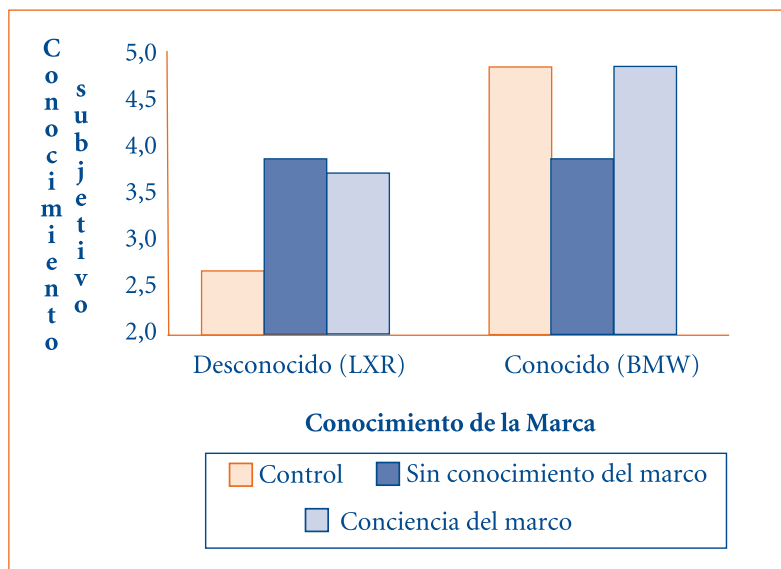
Como ocurre con otros indicadores de fuerza actitudinal, la literatura sobre el conocimiento asociado a una actitud suele distinguir entre el *conocimiento objetivo* (es decir, cuánto sabe una persona realmente sobre su actitud o el objeto de ella, evaluado de forma lo más objetiva posible) y *conocimiento subjetivo* (es decir, cuánto cree saber una persona al respecto), que implicaría una percepción o metacognición del parámetro de conocimiento objetivo.

A este respecto, es necesario resaltar que los parámetros de conocimiento objetivo y subjetivo no suelen correlacionar (para una revisión, véase, por ejemplo, Alba y Hutchinson, 2000). Es decir, que lo que una persona cree saber no suele guardar una coincidencia demasiado estrecha con lo que realmente sabe al respecto. Por ejemplo, en una investigación diseñada para separar estos dos fenómenos, Rucker, Lee y Briñol (2006) comprobaron que, cuando la gente adquiere nueva información sobre un determinado objeto de actitud, dicha información puede hacerles sentir que poseen más o menos conocimientos subjetivos en función del tipo de inferencia que realicen al respecto.

En concreto, Rucker y cols. (2006) expusieron a los participantes de varios experimentos a una serie de anuncios sobre productos comerciales en los que se proporcionaba información novedosa y relevante sobre dichos productos.

- Cuando se trataba de productos comerciales sobre los que los participantes creían tener conocimientos previos (por ejemplo, coches de la marca BMW), ver un anuncio que informaba sobre numerosas características poseídas por el producto, hasta entonces desconocidas por los participantes (mayor conocimiento objetivo), llevó a estos a creer que no sabían mucho al respecto (menor conocimiento subjetivo) y, como consecuencia, a buscar más información relacionada. Sin duda, a veces cuanto más se sabe, más se tiene la sensación de no saber nada.
- Por el contrario, como ilustra el Gráfico 17.4, cuando los anuncios eran sobre productos desconocidos (por ejemplo, coches de una marca ficticia denominada LXR), las medidas de conocimiento objetivo correlacionaron más estrechamente con las medidas de conocimiento subjetivo.

Gráfico 17.4: Conocimiento subjetivo en función de la familiaridad de la marca y el formato en el que se presentó la información.



Fuente: Rucker, Petty y Briñol (2006, Experimento 2).

Medida de las actitudes

Son numerosos y diversos los procedimientos diseñados para medir actitudes, todos los cuales podrían clasificarse en dos grandes categorías, los *procedimientos directos* y los *procedimientos indirectos*. Los *procedimientos directos* consisten en preguntar directamente y explícitamente a las personas por las opiniones y evaluaciones que sustentan en relación a un determinado objeto de actitud. Los *procedimientos indirectos* tratan de conocer las evaluaciones de las personas sobre el objeto de actitud sin preguntar directamente por él.

Dentro de los procedimientos directos se pueden destacar los siguientes instrumentos de medida:

- El Diferencial Semántico (Osgood, Suci y Tannenbaum, 1957).
- La Escala de intervalos aparentemente iguales (Thurstone, 1928).
- La Escala de Likert (Likert, 1932).
- La Escala de clasificación de un solo ítem (La Piere, 1934).

Como característicos de los procedimientos indirectos de medida actitudinal podemos destacar:

- Los registros fisiológicos (por ejemplo la electromiografía facial, el electroencefalograma y el registro de la activación de estructuras cerebrales).
- Las pruebas proyectivas, como el Test de Apercepción Temática (Proshansky, 1943).
- Los métodos de observación conductual (por ejemplo, Dovidio, y cols., 1997).
- Las medidas de tiempos de reacción, como:
 - El Test de Asociación Implícita (IAT, Greenwald, McGhee, y Schwartz, 1998).
 - La Tarea de Evaluación Automática (Fazio, Jackson, Dunton, y Williams, 1995).

Procedimientos directos para medir actitudes

Diferencial semántico

Con él, los participantes valoran el objeto de actitud correspondiente mediante pares de adjetivos opuestos entre sí como, por ejemplo, agradable vs. desagradable. La actitud resultante se obtiene sumando las puntuaciones de cada escala evaluativa, las cuales varían, por ejemplo, entre +3 y -3 (véase el Cuadro 17.3). Su principal ventaja radica en que su aplicación a diferentes objetos de actitud resulta sumamente sencilla.

Cuadro 17.3: Ejemplos de clasificaciones evaluativas utilizadas en escalas de diferencial semántico.

Bueno	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	Malo
Agradable	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	Desagradable
Importante	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	Insignificante
Limpio	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	Sucio
Amistoso	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	Hostil

Escala de Likert

Consiste en la presentación a la persona de una serie de afirmaciones relacionadas con el objeto de actitud, pidiéndole a la persona que exprese su grado de acuerdo o desacuerdo con las afirmaciones propuestas, marcando una de las alternativas que, para cada afirmación, dispone en la escala. En una descripción convencional, dichas alternativas, con sus puntuaciones correspondientes, serían, totalmente de acuerdo (+ 2); de acuerdo (+ 1); neutro (0); en desacuerdo (- 1) y totalmente en desacuerdo (-2). La puntuación final, que reflejará la actitud del sujeto, se halla obteniendo la media de las puntuaciones dadas a cada uno de los ítems (véase un ejemplo en el Cuadro 17.4).

Cuadro 17.4: Un ejemplo de un ítem de una Escala de Likert para medir actitudes hacia las plantas de energía nuclear.

<i>Creo que las plantas de energía nuclear son uno de los grandes peligros de las sociedades industriales.</i>	
+ 2	Completamente de acuerdo
+ 1	De acuerdo
0	Neutro
- 1	En desacuerdo
- 2	Completamente en desacuerdo

A pesar de su amplia utilización en la investigación, los instrumentos citados en ocasiones adolecen de ciertas limitaciones provenientes, entre otros, de los factores de respuesta (por ejemplo la deseabilidad social, las características de demanda, la aprehensión ante la evaluación, el control de impresiones y la corrección del juicio), aspectos todos ellos, que pueden llevar a las personas a ocultar o enmascarar sus actitudes, aunque las conozcan con precisión.

Además de estos factores, se puede señalar también las limitaciones de autoconciencia, que se refieren a diferencias entre distintas personas en el grado de conciencia de sus estados internos, entre los que se incluyen las actitudes. Es decir, uno de los problemas que tienen estos procedimientos de medida es que las personas no siempre saben cuáles son sus opiniones sobre ciertos asuntos y que, incluso cuando tienen acceso consciente a dicha información, no siempre están dispuestos a revelarlo públicamente.

Procedimientos indirectos para medir actitudes

También conocidas como *medidas no reactivas* o *no intrusivas*, surgen como un intento para paliar algunas de las limitaciones ya comentadas de los procedimientos directos. Existen muchos criterios para clasificar estos instrumentos en función de distintos parámetros. Por ejemplo, en función del grado en que la persona sabe que se van a evaluar sus actitudes, y en cuanto al grado de control que la persona tenga sobre sus respuestas en el momento de la medición (para una revisión de estos y otros criterios, véase, Sherman, en prensa).

Pruebas proyectivas

El TAT, o Test de Apercepción Temática, es la prueba más representativa en este campo. Durante su administración, las personas tienen que interpretar, “decir lo que ven o significan”, una serie de estímulos ambiguos. El supuesto en el que se basan estas pruebas es que en la medida en que el significado del estímulo no está suficientemente claro, tal y como se presenta, las personas tendrán que utilizar sus propios esquemas y actitudes para poder darle sentido.

Según los defensores de este tipo de prueba, mediante el análisis y comparación de esas interpretaciones subjetivas se puede acceder a las actitudes que las personas evaluadas tienen sobre determinados objetos de actitud. A pesar de que las pruebas proyectivas tradicionales no cumplen suficientemente con los requisitos de fiabilidad y validez, existen algunas adaptaciones que pueden resultar útiles para medir las actitudes (para un ejemplo, véase, Vargas, von Hippel, y Petty, 2004).

Procedimientos psicofisiológicos

Incluyen instrumentos que van desde el registro de la tasa cardiaca o el grado de sudoración de la piel, hasta sofisticados registros de la actividad cerebral. Si bien ofrecen unas medidas poco contaminadas y controladas por parte de la persona estudiada, no siempre se consigue determinar con precisión la naturaleza de la medida obtenida. Por ejemplo, el que ante un determinado objeto de actitud, una persona presente como respuestas, tanto un aumento del diámetro de la pupila, como de la tasa de respiración, puede significar alternativamente sorpresa, amenaza, aproximación, evitación, gusto, interés y curiosidad, entre otras posibilidades.

Procedimientos conductuales

Destacan entre ellos, la *medida de comportamientos no verbales*, tales como el contacto ocular, el parpadeo, la postura, los gestos o la distancia interpersonal, por nombrar solamente algunos. Una de las ventajas de estas medidas es que permiten grabar en video y analizar con detalle las reacciones de las personas en repetidas ocasiones, pero tampoco está claro qué nos indican exactamente. Además, como ha quedado patente a lo largo del capítulo, algunas actitudes no se traducen en conductas (por ejemplo, al ser relativamente débiles) y muchos comportamientos no tienen por qué reflejar ninguna actitud.

Procedimientos de tiempos de reacción

Los instrumentos de medida indirecta de mayor vigencia y relevancia para la investigación se basan en el registro de los tiempos de reacción que las personas presentan cuando se enfrentan a determinados estímulos u objetos de actitud. Más en concreto, este tipo de procedimientos de evaluación miden el tiempo que tardan las personas en responder a determinadas palabras mientras intentan clasificarlas en distintas categorías. Aunque existen multitud de instrumentos que siguen esta metodología (para una revisión, véase, Petty, Fazio, y Briñol, en prensa),

los dos más utilizados son la *Tarea de Evaluación Automática* (Fazio y cols., 1995) y el *Test de Asociación Implícita* o IAT (Greenwald y cols., 1998).

La Tarea de Evaluación Automática

El procedimiento consiste en solicitar a una persona que indique lo más rápidamente posible (por ejemplo, pulsando la tecla de un ordenador) si un determinado estímulo (por ejemplo, una palabra como “felicidad” o “puñalada”) hace referencia a algo positivo o negativo. Si se trata de algo positivo (por ejemplo, felicidad) se debe apretar una tecla y si se trata de algo negativo (por ejemplo, puñalada) se ha de apretar otra tecla distinta.

La clave de esta tarea reside en que la presentación de cada una de estas palabras (casi siempre constituidas por adjetivos denominados *concepto-diana*) va precedida por la presentación de otras palabras o estímulos, denominados *primes*. La idea es que estos estímulos que actúan como *primes*, y que con frecuencia son presentados subliminalmente durante unos pocos milisegundos, pueden afectar a la velocidad con la que las personas responden al mencionado concepto-diana. El procedimiento se ilustra en el Cuadro 17.5.

Cuadro 17.5: Una ilustración experimental de la Tarea de Evaluación Automática.

Se trataba de medir actitudes hacia grupos minoritarios. Se pedía a los participantes que clasificaran distintos adjetivos positivos y negativos (*diana*). Estos adjetivos *diana* iban precedidos de fotografías (*primes*) de personas de “raza” blanca o fotografías (*primes*) de personas de color. Se encontró que, mientras las fotos de personas de “raza” blanca facilitaban la respuesta a los adjetivos positivos, las de personas de color facilitaban la respuesta a los adjetivos negativos. En otras palabras, los participantes (de “raza” blanca) contestaban más rápido a los adjetivos positivos cuando estos iban precedidos de fotografías de personas de “raza” blanca, pero más rápido a los adjetivos negativos cuando éstos iban precedidos de fotografías de personas de color.

Interpretación:

- El concepto de positividad se activa automáticamente con la presentación de las fotografías de las personas de raza blanca.
- En cambio, el concepto de “negatividad” se activa automáticamente con la presentación de las fotografías de las personas de color.

Cuanto mayor sea la asociación automática que realiza una persona entre bueno y blanco y entre malo y negro, mayor será la facilitación de la tarea.

Por tanto, estas diferencias en las latencias de respuesta se consideran evaluaciones automáticas, reflejo, en este caso, de las actitudes raciales o prejuicios hacia las personas de color (para una revisión, véase, Fazio y Olson, 2003).

Fuente: Fazio y cols. (1995).

El Test de Asociación Implícita (IAT)

En el procedimiento habitual del IAT se pide a las personas que clasifiquen palabras en distintas categorías. Se trata, por tanto, de una tarea de categorización semántica parecida a la descrita anteriormente. Los participantes tienen que clasificar lo más rápidamente que puedan diversos estímulos (por ejemplo, palabras, fotografías) que van apareciendo en el centro de la pantalla del ordenador. Para clasificar estos estímulos, ha de pulsarse un botón, que corresponde a una determinada categoría, colocado a la izquierda del participante, u otro botón, colocado a su derecha y que designa otra categoría.

Por ejemplo, en el centro de la pantalla puede aparecer la palabra “enfermedad” y tendría que ser clasificada como algo “bueno” o “malo”, con uno de esos dos botones situados a izquierda y derecha, respectivamente, del sujeto experimental. El tiempo que tarda éste en realizar cada evaluación lo registra sistemáticamente el ordenador (véase el Cuadro 17.6).

Cuadro 17.6: *Una descripción detallada del Test de Asociación Implícita.*

Primero se realizan clasificaciones sencillas en las que sólo hay dos categorías (por ejemplo, bueno-malo) a las que pueda pertenecer la palabra a evaluar.

A continuación, se realizan clasificaciones algo más complejas y con mayor valor informativo que incluyen dos categorías simultáneas de clasificación. Un ejemplo sería el siguiente: se pide a los participantes que clasifiquen la palabra que aparece en el centro de la pantalla del ordenador (por ejemplo, Raquel):

- Como algo “bueno” o “malo”.
- Como algo perteneciente a “payo” o “gitano”.

La esencia de este procedimiento de medida reside en combinar de forma distinta las dos categorías de clasificación.

De esta forma, los mismos estímulos han de ser clasificados:

- Cuando a un lado tenemos las categorías “bueno” y “payo”.
- Cuando en el otro lado las categorías “malo” y “gitano”.

Los tiempos de reacción que se tarda en clasificar una serie de palabras con esta disposición de las categorías se promedian y constituye el valor de los denominados *bloques compatibles*.

Por otro lado, los tiempos de reacción consumidos en clasificar las mismas palabras, cuando a un lado aparece “bueno” y “gitano”, mientras que en el otro lado aparece “malo” y “payo”, también se promedian y constituyen el valor de los *bloques incompatibles*.

El orden y posición de todos los estímulos se contrabalancea y, finalmente, se combinan los promedios de los bloques compatibles e incompatibles para conocer la velocidad con la que fueron clasificados los estímulos en función de la configuración de las categorías (véase Greenwald y cols., 1998)

El procedimiento hasta aquí descrito descansa sobre el supuesto siguiente:

- # Debería ser más fácil y, por tanto, más rápida la misma respuesta conductual (por ejemplo, apretar una tecla en un ordenador) cuando dos conceptos que están fuertemente asociados comparten una misma categoría de respuesta (por ejemplo, “insectos” y “desagradable”).
- # debería ser más difícil y, en consecuencia, más lenta la misma respuesta conductual cuando dos conceptos que están débilmente asociados comparten una misma categoría de respuesta (por ejemplo, “insectos” y “agradable”).

De esta forma, las latencias de respuesta de las personas ante cada estímulo en las distintas combinaciones entre los conceptos-diana (por ejemplo, “insectos” y “flores”) y los conceptos-atributo (por ejemplo, “desagradable” y “agradable”) permiten, supuestamente, medir las asociaciones automáticas subyacentes entre dichos conceptos y, en consecuencia, inferir indirectamente, en este ejemplo, las actitudes hacia los “insectos” en relación con las actitudes hacia las “flores”, o viceversa.

Para finalizar, es importante señalar que no hay nada en este instrumento de medida que garantice que las personas no sean conscientes de las actitudes que se están evaluando.

Aunque se suele considerar que el IAT es una medida implícita de las actitudes, en realidad, la prueba en sí misma no permite hacer ninguna inferencia sobre el grado de conocimiento consciente que tiene una persona con respecto a lo que se está midiendo (para una discusión detallada sobre este aspecto, véase, Sherman, en prensa).

17.6 Controversias actuales sobre el concepto de actitud

Actitudes almacenadas en la memoria vs. construidas en el momento

Al comienzo del capítulo se definieron las actitudes como evaluaciones duraderas que poseen las personas sobre un sinfín de objetos. Sin duda, para que las actitudes puedan guiar nuestra atención, pensamientos, conductas, e incluso nuestra identidad, deberían mantenerse relativamente estables a lo largo del tiempo. Para cumplir dicho criterio, las actitudes tendrían que estar representadas en la memoria, por ejemplo, en forma de evaluación permanente asociada al objeto de actitud.

En este sentido, Fazio, Sanbonmatsu, Powell y Kardes (1986) demostraron que, cuando se presenta un objeto de actitud sobre el que las personas tienen formadas evaluaciones previas, dichas evaluaciones influyen en las tareas que esté realizando la persona, cosa que no ocurre cuando los estímulos presentados no tienen asociadas ninguna evaluación. Estos resultados sugieren que las evaluaciones asociadas con el objeto de actitud se activan de forma relativamente automática ante la presencia del objeto de actitud y, consecuentemente, que están almacenadas en la memoria. De hecho, los procedimientos de medida basados en tiempos de reacción que hemos descrito anteriormente descansan, al menos en parte, sobre este supuesto.

Sin embargo, para algunos investigadores las actitudes podrían no estar representadas en la memoria ya que prácticamente pueden construirse en cualquier momento en función de las creencias, emociones y conductas que están disponibles en la situación (por ejemplo, Schwarz y Bohner, 2001). Esta perspectiva se basa en el hecho de que cuando las personas informan de sus actitudes, dichas expresiones pueden estar sesgadas por una gran variedad de factores *contaminantes* presentes en el contexto.

Sin duda, cuando las personas no tienen formada una opinión sobre algo, pueden fácilmente construir una actitud si se les pregunta al respecto (Converse, 1970). Además, si una parte de la información relevante para una actitud se hace particularmente saliente o disponible mientras una persona está pensando sobre el asunto, su evaluación sobre ese asunto se verá influida por dicha información. Por ejemplo, tal y como se describe con detalle en el Capítulo 18, cuando se pide a las personas que piensen en argumentos para defender una determinada postura, sus actitudes suelen orientarse justamente en la dirección sobre la que han estado pensado (por ejemplo, Killea, y Johnson, 1998).

En nuestra opinión, la posibilidad de construcción instantánea de las actitudes resulta poco plausible por las siguientes razones.

En primer lugar, como ilustra la investigación basada en el paradigma de disonancia cognitiva, descrito anteriormente, las personas experimentan una sensación desagradable e incómoda (*arousal negativo*) cuando se comportan de forma que violan sus actitudes.

Segundo, la mayoría de las personas tienden a defender sus actitudes cuando reciben información que las contradice o pone en entredicho (por ejemplo, Ditto y Lopez, 1992; Kunda, 1990; Petty y Cacioppo, 1979).

Tercero, no parecería muy útil para la gente almacenar en la memoria un montón de información y creencias sobre el objeto de actitud en ausencia de una representación evaluativa general de ese objeto.

Cuarto, la investigación ha descubierto que existen propiedades estructurales de las actitudes que pueden influir en su estabilidad y duración (para una revisión, véase, por ejemplo, Petty y Krosnick, 1995). Es decir, el impacto de variables contextuales sobre las actitudes depende de

parámetros como el de la fuerza de las actitudes (por ejemplo, las actitudes débiles son más maleables que las fuertes), lo que hace innecesario apelar a la idea de que las personas se inventan las actitudes en función de la situación.

Quinto, la investigación de laboratorio también ha demostrado que la activación automática de las actitudes, mencionada anteriormente, se puede producir incluso en condiciones donde los estímulos son presentados de forma subliminal, lo cual hace poco probable que dichas evaluaciones se construyan deliberadamente en ese momento (Bargh, Chaiken, Gollwitzer, y Pratto, 1992; Fazio y cols., 1986).

Por último, si las actitudes fueran realmente construidas en cada momento, entonces daría igual si una persona ha tenido actitudes diferentes en el pasado con respecto a un determinado objeto de actitud. Es decir, daría lo mismo que, por ejemplo, una persona que está en contra de que se pueda fumar en los sitios públicos hubiera sido o no ex fumador. Sin embargo, existe suficiente evidencia empírica que demuestra que, de la misma forma que la conducta pasada influye sobre la conducta presente, las viejas actitudes también pueden influir en las respuestas actuales de la persona (Petty, Tormala, Briñol y Jarvis, 2006). Así, no sólo las actitudes actuales estarían representadas en la memoria, sino que además las actitudes pasadas pueden guardar ciertos vínculos con el objeto de actitud (Petty y Briñol, 2006, en prensa).

En resumen, a la luz de las investigaciones realizadas hasta la fecha, parece poco probable que las actitudes se construyan a cada momento, por el contrario, parecería más verosímil la existencia de algún tipo de vínculo asociativo-evaluativo, representado en la memoria de forma más o menos estable. Todo ello, por supuesto, sin negar la posibilidad de que los procesos de construcción instantánea de la actitud tengan lugar en determinadas ocasiones y bajo determinadas condiciones (por ejemplo, cuando las actitudes son de baja accesibilidad).

Actitudes explícitas e implícitas

Como hemos señalado anteriormente, en última instancia el concepto de actitud está ligado a una evaluación de los correspondientes objetos de actitud en función de la dimensión bueno-malo. A pesar de que los psicólogos sociales están de acuerdo en esta definición, recientemente se ha planteado la posibilidad de que existan dos tipos distintos de evaluaciones con respecto a un mismo objeto de actitud.

En los considerados autores clásicos del fenómeno de la *persuasión*, Hovland, Janis y Kelley (1953), ya se pueden encontrar evidencias de este tipo de distinción actitudinal. Según ellos, existirían, por un lado, las actitudes caracterizadas como respuestas implícitas, que podrían ser inconscientes, y, por otro lado, las actitudes equiparadas a opiniones, equiparables a respuestas verbales que las personas se expresarían explícita y conscientemente a sí mismas. A su vez, los mencionados autores distinguían dichas opiniones privadas de las opiniones públicas, que eran vistas como susceptibles de variación en función de distintos motivos de deseabilidad social. En consecuencia, las únicas actitudes que se podrían evaluar con garantías serían las evaluaciones explícitas, limitación actualmente superada gracias a los avances producidos en los procedimientos de medida de actitudes (véase más arriba el apartado correspondiente a los procedimientos de medida de las actitudes implícitas).

En línea con esta conceptualización pionera, la distinción entre actitudes implícitas y explícitas se ha convertido, actualmente, en uno de los temas de estudio fundamentales dentro del campo de las actitudes (por ejemplo, Greenwald y Banaji, 1995; Petty y Briñol, 2006, en prensa; Wilson, Lindsey y Schooler, 2000).

Según esta distinción, cualquier persona podría tener un conjunto de evaluaciones automáticas, cuyo rasgo fundamental sería el de ser rápidamente accesibles en cuanto la persona evocase o fuese expuesta al objeto actitudinal correspondiente; por otro lado, existirían en las mismas personas otro conjunto de evaluaciones respecto al objeto de actitud, cuyo signo distintivo sería el de poder ser expresadas conscientemente tras unos momentos de reflexión. Al primer tipo de evaluaciones se les denomina *actitudes automáticas* o *implícitas*, de las cuales, las personas no son necesariamente conscientes. Al segundo tipo de evaluaciones se les suele denominar *actitudes deliberadas* o *explícitas*, y las personas no son necesariamente conscientes de ellas. Por tanto, el criterio básico para distinguir entre estos dos tipos de evaluación parece ser el grado en que la persona es consciente de su actitud (para una discusión detallada, véase Petty, Fazio y Briñol, en prensa).

Sin embargo, actualmente, distintos autores, cuando hacen referencia a las actitudes implícitas, lo hacen al menos de otras dos formas diferentes y alternativas a la que hemos comentado.

Primera formulación alternativa de las actitudes implícitas

Algunos autores denominan *actitudes implícitas* a aquellas evaluaciones cuyo *origen* no puede identificarse (Greenwald y Banaji, 1995; Greenwald y cols., 1998; Wilson y cols., 2000). Sin duda, se pueden formar actitudes a través de mecanismos de los cuales la persona no es consciente, como ocurre en el caso de la mera exposición, donde se ha podido comprobar que repetidas exposiciones subliminales a determinados estímulos pueden incrementar la preferencia por esos estímulos (por ejemplo, Bornstein y D'Agostino, 1992; Briñol y cols., 2000).

Además, como se señaló en el apartado anterior, muchas veces podemos vernos influidos, sin advertirlo, por factores del contexto. Por ejemplo, Schwarz y Clore (1983) encontraron que los participantes de sus estudios decían sentirse más satisfechos con su vida cuando el día del estudio era soleado que cuando hacía peor tiempo. A pesar de que los participantes de estos estudios sabían como se sentían, no creían que el tiempo hubiera influido en sus juicios.

En tercer lugar, también es frecuente observar cómo los participantes en distintos experimentos, sobre todo de influencia social y persuasión, se niegan a creer que sus respuestas hayan podido ser originadas o influidas por las variables independientes manipuladas durante la sesión (para una discusión sobre este tipo de resistencia y perseverancia de las creencias intuitivas, véase, Briñol y Blanco, 2006).

Esta caracterización de actitudes implícitas basada en el desconocimiento del origen o de las causas de dicha actitud resulta problemática, ya que, por lo general, rara vez tenemos un acceso completo y preciso a las causas de nuestras actitudes a pesar de saber claramente cuáles son estas (Nisbett y Wilson, 1977). Dicho de una manera sencilla, si una actitud es implícita (es decir, la persona ignora su existencia), su origen, seguramente, será también desconocido para dicha persona; ahora bien, no conocer las causas o el origen de una actitud no convierten a ésta en implícita.

En consecuencia, no consideramos el criterio de *ignorancia del origen* como condición necesaria para distinguir entre actitudes explícitas e implícitas.

Segunda formulación alternativa de las actitudes implícitas

También se ha utilizado el término de actitudes implícitas para referirse ya no tanto al desconocimiento de las causas de la actitud como a la ignorancia de los efectos de éstas. Desde esta perspectiva se consideran implícitas aquellas actitudes que influyen sobre la conducta de las personas, de forma tal, que éstas no serían conscientes de dicho impacto.

En consonancia con esta visión, por ejemplo, Greenwald y Banaji (1995) interpretan el clásico *efecto de halo* (Thorndike, 1920) como un ejemplo de los efectos implícitos de las actitudes. Como es sabido, el *efecto de halo* hace referencia a aquellas situaciones donde la percepción de un determinado atributo lleva al perceptor a atribuir otros atributos que la persona percibida no presenta o no tiene. Por ejemplo, Luis juzga que Rosa es una persona atractiva, a partir de lo cual infiere que “es” también una persona inteligente. Así, dado que Luis no es consciente de que sus creencias acerca del atractivo de Rosa influyen en sus juicios sobre la inteligencia de ella, su actitud hacia ella sería etiquetada de implícita según este criterio de definición.

Pero, de hecho, Luis sí percibe de forma consciente que Rosa le parece atractiva. Por ello, este criterio de lo implícito basado en el desconocimiento del impacto o la influencia que tiene una actitud resulta, cuando menos, discutible, ya que, como ocurría con el criterio anterior, obliga a definir como actitudes implícitas a prácticamente todas nuestras actitudes. Además, según este criterio, una misma actitud podría ser unas veces implícita y otras explícita en función de lo evidentes que fueran sus consecuencias en función del contexto. En síntesis, si una actitud es implícita, sus efectos probablemente también lo sean, pero el desconocimiento de los efectos de una determinada actitud, no permite clasificarla como implícita.

Conclusión sobre el concepto de actitud implícita

Hasta aquí hemos señalado que las personas pueden no ser conscientes bien de los orígenes de sus actitudes, bien de los efectos de sus actitudes o bien de la propia actitud. Según nuestra opinión, lo más preciso a la hora de hablar de actitudes implícitas sería la utilización del último criterio, según el cual las personas lo que desconocen es su propia evaluación, independientemente del grado de conciencia que posean sobre sus antecedentes y consecuentes (Petty, Wheeler y Tormala, 2003).

Por supuesto, algo que parece obvio pero que con frecuencia lleva a confusión, es que el *método* o el procedimiento concreto a través del cual se mida una determinada actitud tampoco es un criterio para definir si dicha actitud es implícita o explícita. Es decir, el hecho de que se utilice una prueba basada en tiempos de reacción para medir una actitud no hace a dicha actitud implícita. Sería, por tanto, la conciencia de la actitud en sí misma el rasgo distintivo que diferencia las actitudes implícitas de las explícitas, no su origen, efectos o forma de evaluación.

Además, esta caracterización de actitud implícita coincide con la utilización del término implícito empleada en la investigación que se lleva a cabo en otras áreas psicológicas. Por ejemplo, se habla de *memoria implícita* cuando se puede demostrar que las personas han memorizado una pieza de información aunque no sean capaces de recuperar dicha información a voluntad, algo similar a la utilización del término en los trabajos de investigación realizados dentro del paradigma experimental de *aprendizaje implícito* (para una revisión detallada, véase, por ejemplo, Petty y cols., en prensa).

Para finalizar, dos precisiones necesarias en relación con la dicotomía actitudes implícitas-explicitas:

- Que una persona sea consciente de su actitud no implica que le guste o se sienta cómodo teniendo esa actitud explícita, solamente que reconoce tenerla. Por ejemplo, alguien puede admitir que tiene actitudes negativas hacia los gitanos o las personas obesas, al mismo tiempo que experimenta por ello una cierta sensación de disgusto y desea cambiar dichas actitudes.

- Las actitudes implícitas pueden, en algunos casos, acabar haciéndose conscientes por distintas vías. Por ejemplo, el tratamiento psicoterapéutico puede ayudarnos a desvelar nuestras propias actitudes implícitas cuya existencia ignorábamos. También, la propia conducta puede proporcionar algunas pistas para acceder a las actitudes implícitas, como ocurre a veces con los lapsos lingüales o con los procesos de autopercepción. En este tipo de situaciones, cuando se hace evidente la existencia de una evaluación que era desconocida para quien la lleva a cabo, las personas pueden reconocer la actitud (haciéndola, por tanto, explícita) o pueden mantenerla implícita, por ejemplo, negando la evidencia (es decir, convencién dose de que el terapeuta está equivocado; Wilson y cols., 2002).

17.7 Modelo metacognitivo de las actitudes

Como habrá quedado claro tras los desarrollos hasta aquí expuestos en relación con el fenómeno de las actitudes, es evidente la existencia de importantes discrepancias en torno a distintos aspectos de la evaluación actitudinal. Así, las actitudes son vistas como constructos reales o hipotéticos, unitarios o múltiples, conscientes o inconscientes, y de otras muchas maneras. Dichas discrepancias, en relación con el concepto de actitud son, en realidad, producto de una rápida y extensa acumulación de resultados y datos empíricos, en buena medida aparentemente contradictorios entre sí y carentes, hasta ahora, de un modelo teórico con la suficiente capacidad para integrarlos.

Hasta el momento, los dos modelos teóricos más representativos han sido el ya mencionado MODE (Fazio, 1995), según el cual las personas tienen una asociación evaluativa con el objeto de actitud que está almacenada en la memoria, y los denominados Modelos duales de las actitudes (por ejemplo, Greenwald y Banaji, 1995; Wilson y cols., 2000), según los cuales las personas tendrían dos representaciones mentales distintas del objeto de actitud que, incluso, podrían almacenarse en lugares diferentes del cerebro (por ejemplo, DeCoster, Banner, Smith, y Semin, 2006). Dichas representaciones corresponderían con lo que hemos dado en denominar actitudes explícitas e implícitas.

Los modelos duales no sólo defienden que estas dos representaciones son relativamente independientes, sino que, además, se forman de manera distinta y operan en situaciones diferentes. En concreto, según esta perspectiva, las actitudes implícitas se formarían a través de procesos *asociativos*, guiando las conductas más espontáneas, con poco margen temporal para deliberar sobre ellas. Por el contrario, las actitudes explícitas serían el resultado de procesos *proposicionales*, y orientarían la conducta en aquellas situaciones donde hubiese más posibilidades de pensar (Gawronski y Bodenhausen, 2006). Para este enfoque, ambos tipos de procesos, asociativos-automáticos y deliberados-proposicionales, estarían gobernados por sistemas mentales diferentes (por ejemplo, reflexivo *vs.* impulsivo, lento *vs.* rápido, entre otros, Smith y DeCoster, 2000; Strack y Deutsch, 2004; para una discusión véase, Petty y Briñol, en prensa).

Las diferencias entre la concepción unitaria de las actitudes, la más tradicional, y los planteamientos duales resultan evidentes. Como consecuencia, no siempre es fácil comprender de una manera coherente e integrada los resultados que se producen en la vertiginosa y estimulante investigación que, sobre actitudes, se lleva actualmente a cabo (para una revisión, véase el correspondiente número monográfico al respecto de Gawronski y Bodenhausen, en prensa).

Con el objetivo de abordar y resolver algunos de estos problemas, Petty y Briñol (2006a) han propuesto un nuevo modelo teórico de actitudes, con un potencial explicativo más flexi-

ble e integrador que los anteriores, denominado *Modelo metacognitivo de las actitudes* (MCM), cuyos postulados básicos se describen brevemente a continuación (véase el Cuadro 17.7; una descripción detallada se puede encontrar, por ejemplo, en Petty y Briñol, 2006, en prensa).

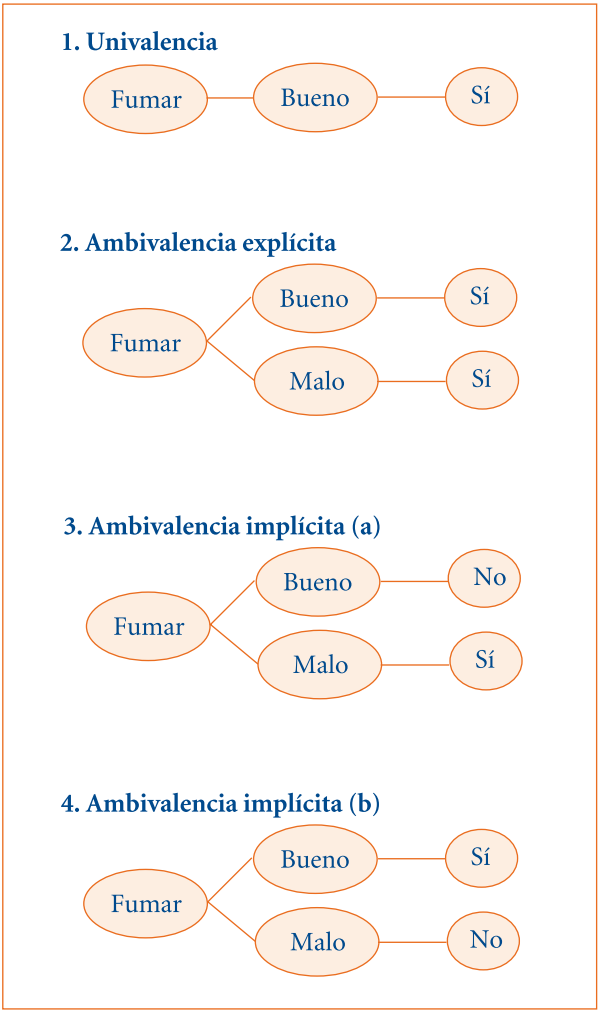
Cuadro 17.7: *Una descripción de los postulados fundamentales del Modelo metacognitivo de las actitudes.*

1. Según el MCM, los objetos de actitud están representados en la memoria junto con sus asociaciones evaluativas, en función de la dimensión bueno-malo. Dichas asociaciones varían en su fuerza asociativa:
 - # En este sentido, el MCM es consonante con la propuesta de los modelos tradicionales de actitudes, como el anteriormente mencionado de Fazio. Sin embargo, el MCM hace una precisión fundamental al señalar que las asociaciones entre el objeto de actitud y su evaluación son solamente eso, asociaciones, y que, por tanto, pueden reflejar todo tipo de información cultural, esperanzas y deseos personales, actitudes pasadas, entre otros.
 - # Según el MCM, estas asociaciones en sí mismas no constituyen la actitud “real” como se argumenta desde la mencionada visión tradicional (para un debate sobre este aspecto, véase, por ejemplo, Dijksterhuis, Albers, y Bongers, en prensa).
2. A diferencia de los modelos tradicionales unitarios que postulan una única asociación evaluativa, el MCM permite asociaciones separadas para lo positivo y lo negativo (por ejemplo, Cacioppo, Gardner y Bernsten, 1999).
3. Para el MCM, estas dos asociaciones (positivas y negativas) no dependen de diferentes procesos, ambas pueden formarse a través de distintos mecanismos, asociativos o proposicionales, cognitivos o afectivos, y de alta o baja elaboración (por ejemplo, Briñol, Horcajo y cols., 2002).
4. Sólo se puede hablar de actitud en sentido estricto, según el MCM, cuando se cumple el requisito de que las personas reconocen explícitamente estas asociaciones como propias. Esta es una de las diferencias fundamentales entre el MCM y el Modelo tradicional de actitudes. Para este último, la asociación evaluativa en sí misma constituiría la actitud real. Por ello, el MCM postula que las asociaciones están representadas en la memoria junto con etiquetas relacionadas con su validez (por ejemplo, sí/no, confianza/duda, verdadero/falso, aceptar/rechazar, satisfecho/insatisfecho).
5. Según el MCM, las denominadas medidas implícitas contemporáneas evaluarían las asociaciones evaluativas sin tener en cuenta estas etiquetas de validez, mientras que las medidas explícitas reflejarían tanto las asociaciones, positiva y negativa, junto con sus correspondientes etiquetas. Este último planteamiento implica la posibilidad de que, en algunas circunstancias, exista un cierto proceso de construcción situacional de la actitud al tener que considerarse tanto las asociaciones como sus etiquetas, lo cual contribuye a resolver la primera de las polémicas planteada anteriormente en este capítulo. Esta visión también ayuda a entender la segunda de esas polémicas al definir claramente que se supone que está evaluando cada tipo de medida.

Además de arrojar cierta luz sobre los debates teóricos actuales, el poder integrador del MCM permite dar cuenta de los resultados de las distintas investigaciones que, de forma aparentemente contradictoria, muestran que las actitudes a veces cambian más en las medidas explícitas que en las implícitas (por ejemplo, Gregg, Seibt, y Banaji, 2006), otras veces ocurre lo contrario, mayor cambio en las medidas implícitas que en las explícitas (por ejemplo, Karpinski y Hilton, 2001), mientras que en otras el cambio es similar en ambas medidas (por ejemplo, Gawronski y Bodenhausen, 2006). Estos resultados tienen sentido cuando se interpretan según el MCM, que sugiere que las medidas implícitas capturan las asociaciones evaluativas, pero no las etiquetas con ellas asociadas, lo cual permite encajar de forma unificada estos y otros resultados similares (véase, Petty y Briñol, en prensa).

Además de dar cuenta integradoramente de los resultados previos, el MCM permite hacer una serie de predicciones nuevas, que no serían posibles desde los modelos teóricos mencionados anteriormente, tales como la posibilidad de producir ambivalencia implícita (conflicto evaluativo del cual no es consciente la persona) como resultado de cambiar de una actitud a otra (Petty, Tormala, Briñol, y Jarvis, 2006) o como consecuencia de tener discrepancias explícito-implícitas (Briñol, Petty, y Wheeler, 2006). Según el MCM, estos casos de ambivalencia implícita constituyen un ejemplo de cómo las asociaciones evaluativas (positiva o negativa) puede influir sobre juicios de las personas a pesar de ser rechazadas explícitamente por ellas (véase la Figura 17.2).

Figura 17.2: *Ambivalencia según los modelos tradicionales y contemporáneos de actitud.*



Fuente: Adaptado de Petty y Briñol (en prensa).

17.8 Resumen

Las actitudes tienen que ver con los juicios evaluativos que realizan las personas en las dimensiones de bueno-malo, o positivo-negativo. La evaluación de los estímulos del entorno nos permite reconocerlos y saber cómo comportarnos en relación con ellos. Por ejemplo, nos acercamos a lo que nos gusta y evitamos lo que no nos gusta.

Como consecuencia, las actitudes juegan un papel fundamental a la hora de dirigir la atención, los pensamientos y las conductas de las personas y contribuyen a satisfacer las necesidades psicológicas fundamentales de los humanos: tener conocimiento y control sobre el entorno, mantener cierto equilibrio y sentido interno, ser aceptados por los demás y sentirnos bien con nosotros mismos.

Aunque existen diferencias individuales y culturales, todo el mundo tiende a juzgar los estímulos del entorno en dimensiones evaluativas. De hecho, en cuanto somos expuestos o evocamos cualquier estímulo, solemos responder de forma actitudinal. Las actitudes se pueden formar en ese mismo momento y mantenerse posteriormente a través de multitud de mecanismos psicológicos.

En algunos casos, las actitudes se forman a partir de las creencias de la persona en relación con el objeto de actitud, creencias que pueden variar en contenido (por ejemplo, deseabilidad, probabilidad, expectativas) y en su validez (por ejemplo, algunas creencias se mantienen con más seguridad que otras). En otros casos, las actitudes se forman a través de procesos sencillos basados, por ejemplo, en la familiaridad con el objeto (por ejemplo, mera exposición) y sus correspondientes asociaciones con otros estímulos (por ejemplo, condicionamiento clásico).

Por último, las actitudes también se pueden adquirir a partir de la observación de nuestra propia conducta en relación con el objeto de actitud. Nuestra forma de actuar con el objeto de actitud nos puede informar directamente sobre nuestras actitudes (autopercepción) o indirectamente, y entonces influye en cómo nos sentimos (disonancia cognitiva), cómo pensamos (sesgo de búsqueda) o cómo pensamos sobre lo que estamos pensando (autovalidación).

A lo largo del capítulo se ha visto con detalle que no todas las actitudes son iguales a la hora de influir sobre el procesamiento de la información y la conducta.

Unas actitudes, a las que denominamos fuertes, tienen mayor probabilidad de producir estos resultados que las llamadas actitudes débiles. En comparación con estas últimas, las actitudes fuertes son más extremas, accesibles, estables, resistentes y con mayor capacidad de predecir la conducta. Además, las actitudes fuertes son menos ambivalentes y se mantienen con una mayor confianza y seguridad que las débiles. El que las actitudes tengan más o menos fuerza depende sobre todo de la cantidad de pensamiento y elaboración implicada en su formación y cambio. En términos generales, cuanto mayor es la elaboración mental, mayor será la fuerza de la actitud.

Las actitudes se pueden medir de muchas formas, desde preguntar directamente a la persona cuánto le atrae un determinado objeto o propuesta, hasta registrar sus comportamientos no verbales o la velocidad con la que responden a estímulos relacionados con el objeto de actitud. Aunque en algunos casos estas medidas puedan registrar actitudes que se *construyen* momentáneamente, en la mayoría de los casos lo que se registra son las evaluaciones asociadas de forma *estable* al objeto de actitud, ubicadas en la memoria.

Para ciertos modelos teóricos, estas asociaciones pueden estar más (actitudes implícitas) o menos (actitudes explícitas) automatizadas, constituyendo por sí mismas las actitudes. Según el Modelo metacognitivo, estas asociaciones simplemente serían eso, asociaciones que tiene la persona en relación con el objeto de actitud y se pueden considerar como actitudes solamente, si la persona las reconoce como tales y les concede la validez pertinente.

Términos de glosario

Actitud

Actitud débil

Actitud fuerte

Actitudes ambivalentes

Actitudes explícitas

Actitudes implícitas

Objeto de actitud

Lecturas y otros recursos recomendados

Briñol, P., De la Corte, L. y Becerra, A. (2001). *Qué es persuasión*. Madrid: Biblioteca Nueva. Este libro describe el fenómeno de la persuasión desde el nivel de análisis de la Psicología social. En este sentido, es una lectura complementaria sobre todo en relación con el apartado de formación de actitudes.

Briñol, P., Horcajo, J., Becerra, A., Falces, C. y Sierra, B. (2002). Cambio de actitudes implícitas. *Psicothema*, 14, 771-775.

Artículo empírico en el que se pone de manifiesto que las asociaciones evaluativas automáticas (evaluadas con una medida implícita) pueden modificarse como resultado de la elaboración mental de la información relevante para el objeto de actitud. Este trabajo es consistente con el planteamiento del MCM según el cual las asociaciones evaluativas se pueden formar y modificar a través de mecanismos proposicionales (y no sólo a través de procesos asociativos, como se postula desde otros modelos teóricos).

Briñol, P., Horcajo, J., De la Corte, L., Valle, C., Gallardo, I., y Díaz, D. (2004). El efecto de la ambivalencia evaluativa sobre el cambio de actitudes. *Psicothema*, 16, 373-377.

Artículo empírico en el que se muestra cómo ciertas discrepancias evaluativas están asociadas con un procesamiento sistemático de la información relevante para el objeto de discrepancia. En este estudio se evaluaron las actitudes hacia el vegetarianismo con una medida explícita y también con una medida implícita (IAT) y se creó un índice de discrepancia entre ambas. Se encontró que, a mayor discrepancia, mayor procesamiento de la información relacionada con el consumo de vegetales (evaluado con la técnica de la manipulación de la calidad de los argumentos). Este trabajo es consistente con el MCM en la medida en que sugiere que las personas pueden mostrar evidencias de ambivalencia implícita incluso en circunstancias para las cuales no tendrían razones para experimentar ninguna sensación de conflicto subjetivo.

Froufe, M. y Sierra, B. (1998). Condicionamiento clásico de actitudes y preferencias: implicaciones para la publicidad. *Estudios sobre consumo*, 45, 9-23.

En este artículo se lleva a cabo un análisis riguroso del fenómeno del condicionamiento clásico como mecanismo responsable de la formación de actitudes en el contexto de la publicidad. Constituye una buena ilustración de las dificultades a la hora de traducir directamente a los contextos aplicados los resultados de la investigación básica de laboratorio.

Cambio de actitudes a través de la comunicación

Pablo Briñol, Javier Horcajo, Carmen Valle y Jesús María De Miguel

Objetivos

El presente capítulo aborda el fenómeno del cambio de actitudes desde una perspectiva psicossocial.

Se intenta transmitir una idea básica, en concreto, que el estudio del cambio de actitudes resulta fundamental para la Psicología social y, a la vez, para una amplia gama de consecuencias prácticas en el contexto de la política, el marketing, la publicidad, las relaciones públicas, las ventas, entre otros ámbitos de actividad humana. La razón es que las actitudes cumplen una serie de funciones importantes para el funcionamiento de las personas.

El capítulo se divide en tres partes. En la primera, se procede a la definición del cambio de actitud o persuasión, y se establecen algunas distinciones con otros términos relacionados, para concluir con una breve referencia a los usos y abusos de la persuasión desde una dimensión ética.

En la segunda parte se exponen las aproximaciones teóricas fundamentales que han inspirado la mayor parte de la investigación en cambio de actitudes, en concreto, la aproximación del aprendizaje del mensaje y la aproximación de la respuesta cognitiva; y, dentro de esta última, se presta atención preferente al Modelo de probabilidad de elaboración (ELM).

Finalmente, y de acuerdo con los postulados del ELM, se revisa la evidencia empírica existente en relación con las variables fundamentales de cualquier proceso persuasivo, a saber, emisor, mensaje, receptor, canal y contexto de la comunicación persuasiva.

18.1 Introducción: persuasión y conceptos relacionados

Desde el punto de vista de la Psicología social, por *persuasión* se entiende cualquier cambio, intencionalmente buscado, que ocurre en las actitudes de las personas como consecuencia de su exposición a una propuesta persuasiva (Petty y Cacioppo, 1986). Aunque la persuasión se utiliza a veces como sinónimo de influencia, se pueden establecer diferencias entre ambos términos, los cuales pasamos a describir.

Persuasión e influencia

En primer lugar, el concepto de *influencia* o *influencia social*, como también se denomina, sería de mayor alcance conceptual que el de persuasión, reflejando diversos contextos de cambio y paradigmas experimentales, dentro de los cuales también se encontraría el de la persuasión tal y como se ha definido. Así, el concepto de influencia englobaría, además de los procesos persuasivos, los fenómenos que caen bajo la etiqueta de *influencia interpersonal* (por ejemplo, tácticas del compromiso, la reciprocidad, y similares; véase Cialdini y Trost, 1998), influencia grupal (normalización, conformidad, desindividuación, pensamiento grupal) y un amplio conjunto de fenómenos relacionados.

Otra diferencia entre influencia y persuasión radicaría en los objetivos de cambio que ambas proponen. En los estudios que caen bajo la denominación de persuasión, se estudia estrictamente el cambio de actitudes dentro de un paradigma muy concreto, en el cual una fuente dirige un mensaje a una audiencia con la intención de formar, reforzar o cambiar sus actitudes. Por el contrario, los objetivos de cambio buscados en los denominados *fenómenos de influencia*, abarcan variaciones en las percepciones, opiniones, actitudes y conductas de las personas, en una variedad de situaciones mucho más amplia que en persuasión.

Desde dimensiones más cualitativas, algunos autores afirman que el concepto de persuasión debe reservarse para aquellas situaciones donde el cambio de actitudes se intente llevar a cabo intencionalmente y utilizar el de influencia para las situaciones de cambio tanto intencionales como no intencionales (Seiter y Gass, 2004).

En resumen, podemos concluir que influencia es un concepto que abarca cualquier forma de producir cambios en las personas, incluyendo todas las formas de persuasión, por lo que se debe considerar esta última un caso especial de influencia intencional; no obstante, serán únicamente los fenómenos persuasivos los que desarrollaremos a lo largo del presente capítulo.

Persuasión y propaganda

Otra distinción conceptual que conviene tener en cuenta es la establecida entre persuasión y propaganda. Aunque son muchas las diferencias que se pueden establecer entre ambos términos, Perloff (2003) reduce a tres las diferencias principales.

En primer lugar, el concepto propaganda se relaciona con la influencia producida a través de los *mass media*. Por el contrario, la persuasión, aunque puede ejercerse a través de los medios de comunicación, ocurre también en contextos interpersonales, grupales y organizacionales.

En segundo lugar, el ejercicio de la propaganda remite a la existencia de una fuente comunicativa que tiene el control total de la información, cuyo flujo es siempre de carácter unidireccional, y que normalmente recurre a la repetición de mensajes muy sencillos. Sin embargo,

y aunque la persuasión puede tener en ocasiones el mismo carácter direccional que la propaganda, en la mayor parte de las situaciones, las personas pueden preguntar u ofrecer opiniones diferentes a las del persuasor. La última diferencia descansa en la diferente connotación que ambos términos ofrecen.

En tercer lugar, el término propaganda suele tener una connotación negativa; es decir, subjetivamente, usamos dicho término para reflejar toda comunicación persuasiva con la que uno está en desacuerdo y a la cual se le atribuye una intención hostil, mientras que la persuasión se suele ver, aunque no siempre, como un fenómeno relativamente más positivo, tanto en intención como en resultados. Esto último se discutirá en el siguiente apartado.

Persuasión y ética

Sobre las relaciones entre la persuasión y la ética se podrían señalar tres posiciones fundamentales.



Immanuel Kant

La primera de ellas sugiere que la persuasión es algo malo. Esta perspectiva refleja una tradición que comienza con Platón (autor que consideraba “la retórica” como una forma de halagar a las personas, apelando a sus peores instintos), continúa, entre otros, con Kant (para quien la persuasión sería inmoral debido a que usa a las personas, tratándolas como un medio a través del cual el persuasor conseguirá sus fines, y no como un fin valioso en sí mismo) y se mantiene vigente en nuestros días en la extendida idea según la cual la persuasión es inmoral debido a que en ella un comunicador intenta inducir a alguien a hacer algo en beneficio del propio comunicador, pero no necesariamente en beneficio del receptor individual del mensaje.

La segunda posición, totalmente opuesta a la anterior afirma que la persuasión es fundamentalmente buena, pues las personas son libres para aceptar o rechazar los mensajes de los comunicadores, y lo suficientemente racionales para distinguir entre verdad y falsedad. En última instancia, afirman, la persuasión es siempre mejor que las tácticas coercitivas empleadas en diferentes contextos para imponer los mensajes de ciertos comunicadores.

Estas dos primeras posiciones difieren en varios aspectos, entre los que hay uno fundamental, en concreto, el papel activo o pasivo del receptor. En la primera posición, el receptor, blanco de la persuasión, se presenta como una víctima y, por tanto, vulnerable. De esta vulnerabilidad se aprovecharía el emisor con sus manipulaciones. En cambio, la segunda perspectiva presenta al receptor como un agente más activo y consciente, que se beneficia de la situación en igual o parecida medida que el receptor. Con base en esta distinción, algunos autores, entre los que destaca Kipnis (por ejemplo, Rind y Kipnis, 1999; véase también Sagarin, Cialdini, Rice y Serna, 2002), sugieren que, cuando una persona utiliza en sus intentos persuasivos técnicas basadas en heurísticos (o atajos cognitivos), se siente peor consigo misma y evalúa al receptor de forma más peyorativa que cuando emplea argumentaciones más elaboradas en sus intentos de convencer.

La tercera y última perspectiva, respecto a la relación entre persuasión y ética, se podría denominar ecléctica. En ella se afirma que la persuasión no es ni inherentemente buena, ni inherentemente mala, sino éticamente neutra. La persuasión puede ser utilizada por cualquiera, por una persona que busca fines dignos o indignos, y, así, se recuerda que la persuasión la

han empleado personas como Hitler y Luther King, Stalin y Gandhi; se ha utilizado y se utiliza para inducirnos a comprar productos que quizás no necesitemos, o para prevenir el uso de drogas o fomentar el sexo seguro. Por tanto, según esta visión, la persuasión constituye una tecnología, que como todas las tecnologías, puede ser utilizada con distintos fines.

Independientemente de la valoración que merezcan estas aproximaciones a la persuasión, conviene recordar que la persuasión es un componente social, ubicuo e indispensable para multitud de profesiones (abogados, clínicos, políticos, en marketing, ventas, trabajo social, enseñanza, entre otros) y que, en consecuencia, ha formado y forma parte de la actividad científica, artística y, en resumen, de cualquier forma de relación social que directa o indirectamente pueda darse entre los seres humanos.

De todas formas, y sin rechazar la dimensión ética que toda actividad humana (incluida la persuasiva) requiere, quizás, el verdadero sentido del fenómeno de la persuasión es el que sugieren las siguientes palabras de Aronson y Pratkanis (1992, p. 24) en su obra *La era de la propaganda* (uso y abuso de la persuasión): “Toda sociedad necesita un mecanismo para tomar decisiones, limar diferencias y coordinar actividades. Nuestra sociedad ha optado por la persuasión”.

Esclarecedoras palabras, estas, si se piensa que, históricamente, la única alternativa a la persuasión en la “formación de consensos” sociales ha sido y es la coacción.

Una conclusión importante que se puede extraer de este apartado es que las personas probablemente difieran en su visión de la persuasión como algo bueno o malo. Incluso una misma persona posiblemente conciba la persuasión como algo más o menos positivo o negativo según el momento y el contexto en el que se encuentre, todo lo cual puede incidir decisivamente sobre el mismo proceso persuasivo.

En una investigación reciente, Briñol, Rucker y Petty (2006) evaluaron el impacto que para el cambio de actitud pueden tener precisamente estas creencias o teorías intuitivas sobre la persuasión. Por ejemplo, en uno de los experimentos, a la mitad de los participantes se les llevó a ver la persuasión como algo malo, sinónimo de manipulación, lavado de cerebro, propaganda, engaño, mentira y sumisión. El resto de participantes recibieron el tratamiento contrario, induciéndoles a ver la persuasión como algo bueno, sinónimo de diálogo, comunicación, negociación, mediación, progreso, flexibilidad, evolución, entendimiento, sabiduría y aprendizaje. Después de esta inducción experimental, todos los participantes recibieron distintos mensajes persuasivos. Los resultados mostraron que los participantes con una visión negativa de la persuasión procesaron la información recibida con mayor detalle que los participantes con una visión positiva de la persuasión, además de ser más persuadidos, bajo determinadas circunstancias. En otro estudio de esta línea de investigación se encontraron los mismos resultados cuando las opiniones sobre la persuasión fueron simplemente evaluadas en lugar de manipuladas experimentalmente.

Este trabajo demuestra que para el cambio de actitudes es importante tener en cuenta las opiniones de las personas con respecto al fenómeno de la persuasión. En otros trabajos similares, Briñol, Rucker, Tormala y Petty (2004) encontraron que, no sólo las opiniones con respecto a la persuasión, sino también las creencias que las personas tengan sobre su propia resistencia al cambio influyen sobre sus respuestas ante mensajes persuasivos. Los resultados de estas investigaciones demostraron que, al menos en algunas circunstancias, las personas que se consideran resistentes al cambio cambian menos de actitud ante mensajes persuasivos que las personas que creen ser más abiertas al cambio.

18.2 Dos modelos teóricos en persuasión

En los últimos 50 años, se han desarrollado distintas aproximaciones teóricas al cambio de actitud, entre las cuales destacan, fundamentalmente, el *Modelo del aprendizaje del mensaje* y el *Modelo de la respuesta cognitiva* (véase Briñol, De la Corte y Becerra, 2001; Eagly y Chaiken, 1993; Petty y Wegener, 1998; para una revisión).

Las investigaciones inspiradas en el Modelo del aprendizaje se centraron en la idea de que el cambio de actitud dependía de la medida en la que las personas eran capaces de comprender, aceptar y retener la información contenida en una comunicación persuasiva (por ejemplo, Hovland, Janis y Kelley, 1953; Hovland, Lumsdaine y Sheffield, 1949). Para esta aproximación el proceso psicológico fundamental a través del cual tiene lugar el cambio de actitud es el aprendizaje y, sin duda, constituye todavía hoy en día el modelo de referencia para diseñar multitud de campañas públicas, orientadas sobre todo a informar a los consumidores.

Sin embargo, después de varias décadas de investigación, se demostró, por un lado, que el aprendizaje de un mensaje no lleva siempre a la persuasión y, por otro, que se puede convencer a una persona aunque ésta no se aprenda el contenido de un mensaje. De hecho, se ha constatado que el cambio de actitudes no depende tanto del aprendizaje pasivo del mensaje como de las respuestas (por ejemplo, los pensamientos) que el receptor genera activamente ante una comunicación persuasiva (Brock, 1967; Greenwald, 1968).

Como consecuencia, la aproximación basada en el aprendizaje del mensaje dio paso a la aproximación de la respuesta cognitiva, según la cual lo importante para conseguir un cambio de actitudes no es tanto la información persuasiva que reciben las personas, sino el modo en que se interpreta y se responde a dicha información (Petty, Ostrom y Brock, 1981). Dicho de otra manera, la persuasión depende, fundamentalmente, de los pensamientos que las personas generan cuando reciben un tratamiento persuasivo. Así, cuando los pensamientos en respuesta a un mensaje sean mayoritariamente favorables hacia la propuesta de ese mensaje, las actitudes resultantes también serán favorables; en cambio, cuando los pensamientos en la misma situación sean desfavorables, las actitudes hacia la propuesta del mensaje serán desfavorables.

El Modelo de la respuesta cognitiva aportó importantes conocimientos a los procesos psicológicos implicados en el cambio de actitudes y todavía se considera válido en la actualidad. Sin embargo, al tender a centrarse exclusivamente en el estudio de la persuasión en situaciones en las que los receptores son procesadores motivados y activos de la información contenida en una comunicación persuasiva, desatiende todas aquellas otras situaciones en las que las personas no están motivadas para pensar activamente sobre el contenido presentado en un mensaje persuasivo o carecen de la capacidad necesaria para ello (Petty y Cacioppo, 1981).



Richard E. Petty
Ohio State University

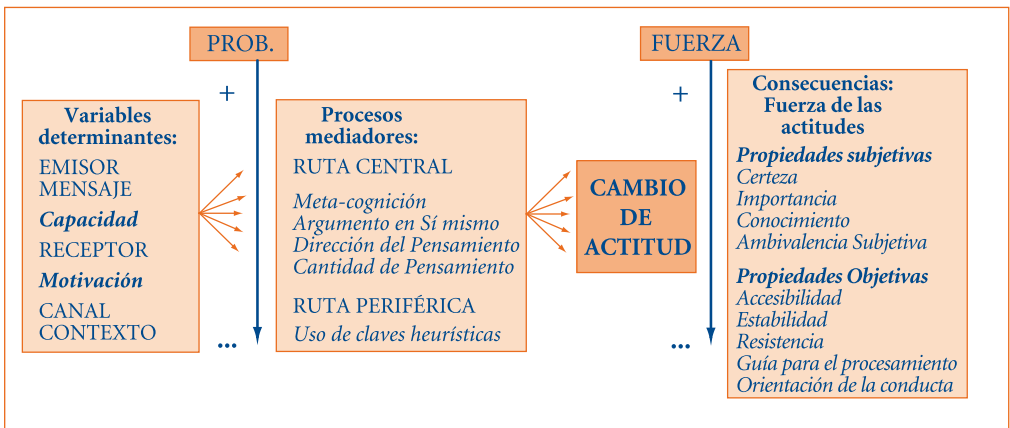
Para corregir este déficit y para tratar de reconciliar los resultados contradictorios obtenidos por la investigación precedente se han postulado dos modelos teóricos: el ELM (*Elaboration Likelihood Model of Persuasion* o *Modelo de Probabilidad de Elaboración de la Persuasión* (Petty y Cacioppo, 1981; 1986; Petty y Wegener, 1999; Petty y Briñol, 2002) y el HSM (*Heuristic-Systematic Model* o *Modelo Heurístico-Sistemático*; Chaiken, Liberman y Eagly, 1989).

Como señalan Chaiken y Trope (1999), en su revisión sobre los modelos duales, el ELM postula que la persuasión puede ocurrir tanto cuando las personas piensan y elaboran activamente una comunicación persuasiva (es decir, cuando utilizan la llamada *ruta central*), como cuando no lo hacen (es decir, cuando recurren a la llamada *ruta periférica*). El ELM predice igualmente que los procesos psicológicos y las consecuencias del cambio de actitudes son diferentes en ambas situaciones (Petty y Cacioppo, 1986).

La Figura 18.1 (Briñol y Petty, 2006) muestra que en el ELM se establece que cualquier variable implicada en una situación persuasiva (ya sea del emisor, del mensaje, del receptor, del canal o del contexto) puede afectar a la capacidad y/o la motivación del receptor para procesar el mensaje persuasivo o, lo que es lo mismo, a la probabilidad de elaboración del receptor. Además, como consecuencia de ello, una variable puede influir sobre la vía que va a seguir el cambio de actitud, puede condicionar el que se produzca o no y determinar el proceso responsable de dicho cambio. Es decir, en función de la cantidad de elaboración llevada a cabo por el receptor, cualquier variable puede producir un mismo cambio de actitud a través de distintas vías (por ejemplo, la ruta central o la periférica) o de distintos procesos psicológicos (por ejemplo, sesgo en la dirección del pensamiento o condicionamiento clásico).

En resumen, según el ELM la clave de la eficacia de la persuasión reside, en buena medida, en las condiciones que determinan la probabilidad de elaboración del mensaje persuasivo por parte del receptor, así como los procesos de cambio de actitud a que pueden dar lugar dichos determinantes y las diferentes consecuencias que puede tener todo ello para las actitudes resultantes (véase la Figura 18.1).

Figura 18.1: *Determinantes, procesos y consecuencias para la fuerza de las actitudes.*



Fuente: adaptado de Briñol y Petty, 2006.

18.3 Determinantes de la probabilidad de elaboración: motivación y capacidad

¿De qué depende que las personas piensen y elaboren de manera detallada o superficial una comunicación persuasiva? Según el ELM, los dos principales determinantes de la probabilidad de elaboración son, por una parte, la *motivación para procesar el mensaje*, que consiste en sentir un fuerte deseo de llevar a cabo el esfuerzo mental necesario para analizar con detalle toda la

información contenida en un mensaje, y, por otra, la *capacidad* para dicho procesamiento, o el hecho de estar en posesión de las habilidades y disponer de las oportunidades necesarias para poder pensar sobre dicha comunicación.

Cuanto mayores sean la motivación y la capacidad de los receptores para procesar una comunicación, mayor será la probabilidad de elaboración del mensaje que van a llevar a cabo. Por tanto, si la motivación y la capacidad para procesar los mensajes se han revelado como claves para comprender el fenómeno del cambio de actitudes, parece oportuno preguntarse por aquellas otras variables que, a su vez, determinan la mayor o menor incidencia de ambas en el proceso persuasivo (véase el Cuadro 18.1).

Cuadro 18.1: Variables que pueden afectar a la motivación para pensar sobre un mensaje persuasivo.

La más importante es la relevancia personal del asunto para el receptor. Se la ha denominado de distintas formas:

- Implicación con el asunto
- Implicación personal
- Intereses personales
- Importancia de la actitud

Es común a todas ellas la vinculación entre el mensaje y cualquier aspecto importante para el receptor, como, por ejemplo,

- Valores personales
- Motivos
- Expectativas
- Autoconcepto
- La propia identidad

Cada uno de estos aspectos puede aumentar la relevancia personal del mensaje para el receptor y, paralelamente, aumentar su motivación para procesar y elaborar con detalle la información contenida en él. Además de la relevancia personal, la investigación ha identificado otras variables importantes que afectan a la motivación para procesar las comunicaciones persuasivas:

- Responsabilidad del receptor ante la evaluación de una propuesta
- Inconsistencia entre la propuesta de un mensaje y la posición previa del receptor
- Necesidad de cognición, es decir, necesidad de pensar y disfrutar haciéndolo
- Número de fuentes comunicativas, o número de emisores que transmiten el mismo mensaje

Fuente: Petty y Wegener, 1998.

Cuando todas o algunas de estas variables están presentes en la situación persuasiva, y cuanto más intensa sea esa presencia, mayor motivación para procesar el mensaje y mayor probabilidad de elaboración por parte de la audiencia.

Por último, se pueden señalar otras variables importantes que afectan a la motivación para procesar la información. Por ejemplo, la ambivalencia actitudinal influye sobre la cantidad de elaboración. Tal y como se describe en el Capítulo 17, las personas con ambivalencia hacia un determinado objeto de actitud es habitual que, para intentar resolver sus dudas, decidan buscar más información relevante que las ayude a polarizarse y tomar una decisión en un sentido u otro (Briñol, Horcajo, De la Corte, Valle y Gallardo, 2004).

18.4 Variables que afectan a la capacidad para procesar el mensaje

Si bien es cierto que la motivación para pensar es un importante determinante de la probabilidad de elaboración, no es menos cierto que desear más o menos procesar el mensaje no es suficiente por sí mismo para lograr elaborarlo convenientemente. Además de motivación los receptores han de poseer la capacidad suficiente para procesar la información recibida. Se entiende por capacidad la disponibilidad por parte del receptor de la oportunidad y los recursos necesarios para enjuiciar una propuesta persuasiva. Por ejemplo, el procesamiento

de un mensaje muy complejo o demasiado largo requerirá no sólo motivación por parte de los receptores, sino también que dispongan de la oportunidad de recibir esa información en varias ocasiones. La *repetición del mensaje* aumenta la capacidad del receptor para pensar sobre dicha información y, por tanto, la posibilidad de formarse una opinión en función de los méritos que los argumentos de un mensaje posean (Cacioppo y Petty, 1989).

Por supuesto, la repetición del mensaje no es la única variable que afecta a la capacidad para procesar un mensaje persuasivo; la investigación ha encontrado otras variables que también pueden afectar a dicha capacidad (véase Briñol y cols., 2001; Petty y Wegener, 1998; para una revisión). Por ejemplo, cuando un mensaje es acompañado de distracción o ruido (Petty, Wells y Brock, 1976) o si el mensaje se presenta de forma demasiado rápida o el receptor dispone de poco tiempo para su procesamiento (Briñol y Petty, 2003; Smith y Shaffer, 1991), la capacidad del receptor para procesar el mensaje será limitada y, en consecuencia, la cantidad de pensamiento elaborado sobre el mensaje será menor.

El *conocimiento previo* del contenido del mensaje o el *tipo de canal* a través del cual se presente el mensaje pueden tener también un impacto sobre la capacidad de los receptores para pensar sobre el mensaje. En concreto, cuanto mayor es el conocimiento previo del receptor sobre el asunto o contenido del mensaje, mayor es su capacidad para pensar y analizar la información contenida en él. Asimismo, las personas son generalmente más capaces de procesar los mensajes que aparecen en los medios de comunicación escritos que aquéllos de carácter audiovisual, menos controlables por parte de los receptores (por ejemplo, en radio y televisión; véase Chaiken y Eagly, 1976; Wright, 1981).

18.5 Procesos fundamentales en cambio de actitudes

El ELM postula la existencia de distintos procesos psicológicos implicados en el fenómeno de la persuasión (por ejemplo, Petty y Cacioppo, 1986; Petty, Priester y Briñol, 2002). Véase el Cuadro 18.2.

Cuadro 18.2: *Procesos a través de los que una variable puede producir un cambio de actitud en condiciones de alta, moderada o baja probabilidad de elaboración.*

Probabilidad alta: motivación + capacidad	Probabilidad moderada: falta motivación o capacidad	Probabilidad baja
(a) Genera un cierto tipo de pensamiento o afecta a la dirección de éste. (b) Funciona como un argumento en sí misma. (c) Afecta a lo que las personas piensan sobre sus propios pensamientos (metacognición).	(d) Afecta a la propia cantidad de pensamiento, al desplazar al receptor a una situación de alta o, por el contrario, baja probabilidad de elaboración.	(e) Actúa como clave heurística, sin que apenas haya pensamientos en respuesta a la propuesta persuasiva. En estas condiciones de baja elaboración, la investigación ha identificado otros procesos de bajo esfuerzo cognitivo que también pueden llevar al cambio de actitudes: • Condicionamiento clásico • Mera exposición • Atribuciones erróneas

Fuente: Cacioppo, Marshall-Goodell, Tassinary y Petty (1992) y Staats y Staats (1958) para el condicionamiento clásico, Bornstein (1989) y Zajonc (1968) para la mera exposición, Schwarz y Clore (1983) para las atribuciones erróneas.

Los determinantes ya comentados, es decir, la motivación y la capacidad, inciden sobre los procesos a través de los cuales va a tener lugar el cambio de actitudes (véase la Figura 18.1).

Por otra parte, cada uno de estos procesos tiene distintas consecuencias para el cambio de actitudes. Así, puesto que cualquier variable presente en un escenario persuasivo puede tener un impacto sobre las actitudes de las personas a través de cualquiera de los procesos psicológicos mencionados anteriormente; o, en otras palabras, desempeña roles múltiples en función de las diferentes condiciones de elaboración, resulta fundamental entender dichos procesos y sus consecuencias.

18.6 Consecuencias del cambio de actitudes

El ELM afirma que las actitudes que cambian como resultado de una elaboración detallada y sistemática de la información (es decir, a través de la ruta central o mediante procesos psicológicos de alta cantidad de pensamiento) son más *fuertes* que las actitudes que son el resultado de procesos de baja elaboración o poca cantidad de pensamiento (Petty y Cacioppo, 1986).

La *fuerza de las actitudes* se ha analizado como algo relativo a propiedades subjetivas y también como algo que refleja propiedades objetivas (una descripción detallada se puede encontrar en el Capítulo 17). Las actitudes fuertes (véase Petty y Krosnick, 1995) son aquellas sobre las que las personas tienen subjetivamente una mayor certeza y en las que depositan una mayor confianza. Al mismo tiempo, las actitudes fuertes:

- Son más importantes para las personas.
- Están acompañadas por un mayor conocimiento sobre el objeto de actitud.
- No son percibidas por las personas como ambivalentes.
- Son objetivamente más accesibles, estables, resistentes al cambio.
- Gozan de un mayor poder predictivo del procesamiento de la información y de la conducta.

18.7 Variables que afectan a la persuasión

Imaginemos por unos instantes unas cuantas situaciones relativamente cotidianas:

- Un profesor, que explica el tema 5 correspondiente al programa de su asignatura.
- Una joven, que se dirige a sus amigos y les propone la opción vacacional de ir todos juntos a la playa.
- Un político, que interviene en un mitin electoral.
- Un anuncio en televisión y prensa, que “informa” sobre los beneficios estéticos del uso de una determinada crema facial.
- Un agente de ventas, que explica al propietario de un bar las ventajas del nuevo refresco que ha salido al mercado, y del que es representante.
- Un miembro del Departamento de Recursos Humanos de una empresa, que solicita a su jefe inmediato la concesión de unos días de vacaciones extra.
- El diario *El Planeta*, que aboga en su editorial por el entendimiento político entre los dos grandes partidos con representación parlamentaria.

¿Tienen algo en común todas estas situaciones? La respuesta nos va a permitir enmarcar el fenómeno de la persuasión en función de los elementos o variables fundamentales que lo determinan.

A lo largo de la historia de la investigación en cambio de actitudes, las variables relevantes en toda situación persuasiva (como las descritas y otras semejantes) se han organizado dentro de las categorías que se muestran en el Cuadro 18.3.

Cuadro 18.3: *Categorías que agrupan las principales variables de cualquier situación persuasiva.*

(a) Emisor, comunicador o fuente, por ejemplo, político, vendedor, periódico, amiga, que envía un... (b) Mensaje, por ejemplo, las ventajas de un producto, el programa de un partido, que presenta una serie de argumentos a favor o en contra de un objeto, asunto o persona(s) particular(es) a un... (c) Receptor o audiencia, por ejemplo, los lectores de un periódico, los posibles votantes,	... en un (d) Contexto determinado por ejemplo, empresa, situación política del país, buenas o malas relaciones entre jefe y subordinado de la misma empres, a través de un (e) Canal determinado por ejemplo, mass-media, oral, por escrito, con la... (f) Intención de que receptor o audiencia asuman las propuestas defendidas en el mensaje.
--	--

Por tanto, el cambio de actitud será función de la acción de todas o de algunas de las categorías definidas, esto es: emisor, mensaje, receptor, canal y contexto.

En los comienzos de la investigación sobre cambio de actitudes (Hovland y cols., 1953), se asumía que cualquiera de las variables anteriormente mencionadas ejercía un efecto unidireccional sobre la persuasión de una audiencia (por ejemplo, a mayor credibilidad mayor cambio actitudinal), y que dicho efecto se producía a través de un único proceso (por ejemplo, cuanto más se incremente la credibilidad de la fuente más probabilidad existirá de que se produzca el aprendizaje del mensaje).

La investigación posterior no encontró apoyo para este supuesto inicial y se tuvo que enfrentar a la aparición de una serie de resultados contradictorios. Por ejemplo, en determinados experimentos la credibilidad de la fuente producía cambio de actitudes, mientras que en otros, y bajo la incidencia de la misma variable, no tenía ningún efecto, o incluso aparecía el efecto contrario (véase Petty y Wegener, 1998; para una revisión). Todo ello llevó a un replanteamiento “del estado de la cuestión” bajo las directrices teóricas del ELM. En líneas generales, este replanteamiento consistió en postular que un mismo proceso, tanto si es de alta elaboración, pongamos por caso, el sesgo en la dirección de las respuestas cognitivas, como si es de baja elaboración, por ejemplo, la mera exposición o el condicionamiento clásico, lleva en ocasiones a resultados opuestos (incremento o reducción del cambio de actitudes) y que un mismo resultado puede ser producido por procesos diferentes (Petty y Cacioppo, 1986).

Ahora bien, aunque una misma variable pueda llevar al cambio de actitud a través de distintas “rutas”, la fuerza de las actitudes resultantes no es siempre la misma y varía en función del tipo de proceso psicológico por el cual se ha producido el cambio. En concreto, como ya se ha comentado con anterioridad, las actitudes adquiridas o modificadas a través de procesos psicológicos de alta elaboración cognitiva dan lugar a actitudes más fuertes en cuanto a resistencia, estabilidad, accesibilidad y predicción de la conducta futura, que las actitudes formadas o cambiadas a través de procesos de baja elaboración cognitiva.

Esta última precisión resulta fundamental para comprender el nivel de análisis psicosocial de la persuasión, ya que éste se centra sobre todo en estudiar el tipo de proceso o mecanismo

psicológico a través del cual tiene lugar el cambio de actitudes. Puesto que cualquier variable (del emisor, del mensaje, entre otras) presente en el contexto persuasivo puede producir un cambio de actitudes a través de distintos procesos psicológicos, y puesto que dichos procesos están asociados con distintas consecuencias, es imprescindible conocer bien tales procesos para poder establecer previamente en qué medida el cambio de actitud va a ser estable y predictor de la conducta. Desde este punto de vista, solamente cuando se analiza el tipo de proceso mental que subyace a la persuasión será posible descubrir el grado en que los cambios producidos, por ejemplo, mediante una determinada campaña comercial, en una terapia, o en un laboratorio de investigación de la conducta, se traducirán, posteriormente, en cambios relevantes en el repertorio conductual de las personas. Será esta noción de *múltiples roles*, centrada en los procesos psicológicos, el hilo conductor que organice el análisis de las variables fundamentales en el cambio de actitudes.

18.8 Variables del emisor

Las también conocidas como *variables de la fuente*, hacen referencia a aquellos aspectos de individuos o grupos presentes en la situación persuasiva. Las principales características de la fuente que han sido estudiadas son tres: credibilidad, atractivo y poder.

Credibilidad: hace referencia a todos aquellos rasgos que hacen que se perciba al emisor como experto y honrado. La experiencia percibida de un comunicador se relaciona con la habilidad y conocimientos que presumiblemente posee el receptor para proveer a la audiencia de información rigurosa y precisa. La honradez del comunicador implica su percepción por parte de la audiencia como una fuente informativa, sincera y fiable. Conviene señalar que según estas definiciones lo importante para la persuasión no es cuánto sabe realmente el emisor o si dice la verdad, sino en qué medida la audiencia así lo percibe.

Este énfasis en lo que se podría denominar *credibilidad percibida* ha llevado a algunos autores a desarrollar multitud de tácticas orientadas a construir una apariencia de experto y fiable, sin necesidad de serlo realmente (véase Cialdini y Trost, 1998). Por ejemplo, un emisor suele ser percibido como fiable, y, por tanto, creíble, en la medida en que argumenta en contra de sus propios intereses. De esta forma, un preso etarra que, en principio, defiende la pena de muerte por delitos de terrorismo podría ser percibido, paradójicamente, como un emisor más fiable que un juez que defiende esa misma postura.

Atractivo: un comunicador resultará atractivo para su audiencia en la medida en que durante su comunicación aparezca, alternativa o simultáneamente, como simpático, similar, familiar y físicamente atractivo, ante dicha audiencia. De nuevo, lo relevante desde el punto de vista del impacto persuasivo de una fuente no sería tanto la semejanza compartida realmente con la audiencia, sino la medida en que es percibida como semejante, simpática o cercana. Al igual que ocurría con el caso de la credibilidad percibida, existen multitud de técnicas orientadas a construir dichas percepciones (Cialdini y Trost, 1998).

Poder: depende, a su vez, de una variedad de factores, entre los que destaca la medida en que es percibido por los receptores de su mensaje como con capacidad para controlar refuerzos y castigos. Además del control de recursos, French y Raven (1956) han identificado otras bases que pueden llevar a unos individuos a ser percibidos con más o menos poder que otros. Como veremos a continuación, las personas con poder suelen resultar más persuasivas que las personas sin poder.

Tomando como referencia el ELM pasamos a exponer brevemente algunos de los resultados de la investigación sobre el efecto de la fuente en la persuasión.

Múltiples roles de las variables del emisor de una comunicación

La investigación ha puesto de manifiesto que aspectos como la credibilidad o la simpatía pueden afectar al cambio de actitudes a través de mecanismos muy diferentes en función de las circunstancias. Tal y como se describió anteriormente, y en línea con la demostración empírica de Tormala, Briñol y Petty (2006) sobre los diferentes roles que pueden desempeñar las variables de la fuente, en función de las condiciones de probabilidad de elaboración del receptor, las mencionadas variables pueden producir persuasión:

- Por servir como una clave periférica o heurística.
- Por afectar a la cantidad de pensamiento que las personas dedican al mensaje.
- Al introducir un sesgo en la dirección de los pensamientos.
- Por servir como un argumento persuasivo en sí mismo.
- Al afectar a la confianza en los pensamientos o a los procesos de corrección.

Clave periférica: por ejemplo, tanto la credibilidad de la fuente, como su atractivo y poder, tienen una influencia decisiva en el cambio de actitudes, en ocasiones jugando el papel o rol de indicadores periféricos. Distintos experimentos muestran que una fuente muy experta o muy atractiva, induce mayor persuasión cuando la relevancia personal del asunto para los receptores es baja, o en otras palabras, en una situación de baja probabilidad de elaboración.

Cantidad de pensamiento: pero, por otro lado, también, las mismas variables juegan un papel importante en relación con la cantidad de elaboración que la audiencia dedica a analizar (en sentido amplio) el mensaje recibido. Por ejemplo, Puckett, Petty, Cacioppo y Fisher (1983), encontraron que los participantes analizaban de manera más cuidadosa y exhaustiva un mensaje cuando era presentado por una fuente atractiva que cuando era presentado por una fuente no atractiva. De modo semejante, Heesacker, Petty y Cacioppo (1983) encontraron que las personas analizan más a fondo la información que reciben en función del carácter experto de la fuente (a mayor percepción del carácter experto de la fuente, mayor profundidad del análisis). En ambos casos, dichas variables del emisor consiguieron aumentar la cantidad de elaboración. En estos trabajos, para evaluar la cantidad de procesamiento de la información, se empleó la técnica de la calidad de los argumentos.

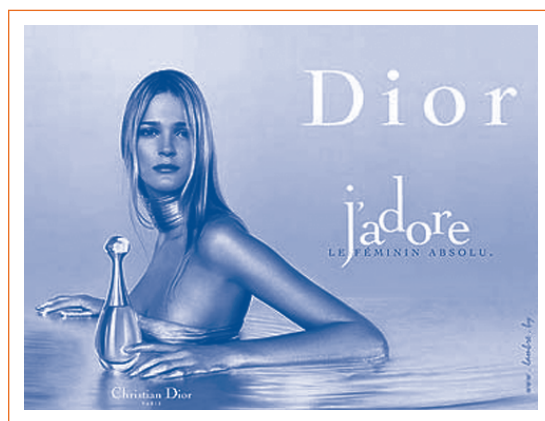
Cuadro 18.4: Evaluar la cantidad de pensamiento manipulando la calidad de los argumentos.

Calidad de los argumentos: Una de las técnicas más eficaces para evaluar la cantidad de procesamiento o elaboración de la información consiste en comparar el impacto persuasivo de un mensaje compuesto por argumentos fuertes con otro compuesto por argumentos débiles a favor de una misma postura. Un argumento fuerte es aquél que cuando se piensa sobre él produce mayoritariamente pensamientos favorables hacia la propuesta persuasiva. Un argumento débil es aquél que cuando se piensa sobre él produce, sobre todo, pensamientos desfavorables o contraargumentaciones. Por tanto, en la medida en que un mensaje muy convincente produce el mismo cambio de actitud que otro mensaje que argumenta exactamente en la misma dirección, pero lo hace con argumentos menos convincentes, se asume que el receptor no está procesando la información detalladamente. A su vez, cuanto mayor es la diferencia de cambio de actitud producido por un mensaje fuerte y otro débil (a favor de una misma propuesta), mayor es la cantidad de elaboración que se puede inferir. Sin duda, la mayor parte de la investigación desarrollada en las últimas dos décadas sobre persuasión ha utilizado en sus diseños experimentales esta técnica, denominada generalmente *manipulación de la calidad de los argumentos*.

Fuente: Briñol y cols., 2001; Eagly y Chaiken, 1993; Petty y Cacioppo, 1986.

Sesgo de la dirección de los pensamientos: otro proceso psicológico que interviene cuando la probabilidad de elaboración es relativamente alta, y que tiene que ver con variables de la fuente, es el sesgo en la dirección de los pensamientos que vienen a la mente. Así, se ha encontrado que los receptores de un mensaje persuasivo suelen generar muchos pensamientos a favor de la propuesta del mensaje (y pocos en contra de ella) cuando la fuente tiene alta credibilidad o alto atractivo (por ejemplo, Chaiken y Maheswaran, 1994). A su vez, estas investigaciones han demostrado que las personas tienden a contraargumentar las propuestas persuasivas que reciben, generando muchos pensamientos desfavorables y pocos favorables, cuando la fuente tiene baja credibilidad o bajo atractivo.

Información directamente relevante para la propuesta del mensaje: en algunas ocasiones, son la propia credibilidad y el propio atractivo de la fuente los que contienen información que afecta de manera directa a la propuesta de un mensaje persuasivo.



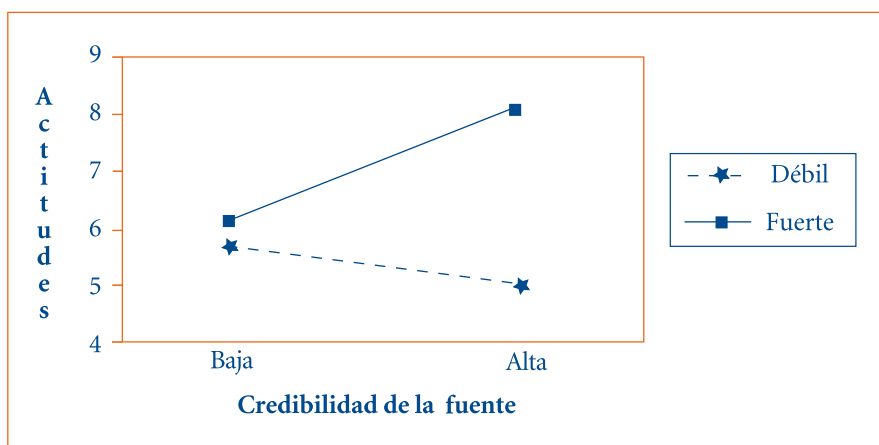
Este sería el caso, por ejemplo, de una mujer físicamente atractiva que anuncia un producto de belleza (en lugar de un producto bancario o un coche), o de un tenista famoso que anuncia raquetas de tenis (en lugar de maquinillas de afeitar). En estas circunstancias, si el receptor está en condiciones de alta probabilidad de elaboración, la fuente no sesgaría la dirección de los pensamientos que vienen a la mente, sino que actuaría como un argumento en sí misma.

Confianza en los propios pensamientos: otros mecanismos psicológicos, también de alta elaboración, pueden servir a la fuente para cambiar las actitudes. Los hallazgos de investigaciones recientes sugieren que la fuente de un mensaje puede influir sobre el cambio de actitudes al afectar a lo que las personas piensan sobre sus propios pensamientos (Briñol, Petty y Tormala, 2004). Este proceso metacognitivo consiste en pensar sobre los propios procesos mentales. Es lo que ocurre cuando, una vez analizada una propuesta persuasiva, su receptor reflexiona sobre la validez de las respuestas cognitivas generadas ante dicha propuesta (Petty y cols., 2002).

Por ejemplo, en un experimento llevado a cabo en condiciones de alta probabilidad de elaboración (Tormala y cols., 2006), la mitad de los participantes generó pensamientos mayoritariamente favorables en respuesta a una propuesta (ya que recibieron un mensaje muy persuasivo), mientras que la otra mitad contraargumentó la propuesta (condición de mensaje poco persuasivo) y generó sobre todo pensamientos desfavorables hacia ella. A continuación, se proporcionó información sobre la fuente del mensaje recibido, que fue descrita como alta o baja en credibilidad. Los resultados mostraron que la credibilidad influía sobre la confianza que los participantes depositaban en los pensamientos generados ante el mensaje. De esta forma, tal y como aparece reflejado en el Gráfico 18.1, para los participantes que habían generado pensamientos favorables hacia la propuesta, se encontró mayor persuasión cuando la fuente tenía alta credibilidad que cuando tenía baja credibilidad.

Por el contrario, para los participantes con pensamientos desfavorables, se encontró mayor persuasión cuando la fuente tenía baja (vs. alta) credibilidad. Este resultado contraintuitivo y relativamente paradójico (mayor persuasión para la fuente con baja credibilidad), ilustra la importancia que para el estudio de la persuasión tiene la consideración de procesos de validación del pensamiento. Una revisión detallada de estos procesos metacognitivos se puede encontrar en Briñol y Petty (2004).

Gráfico 18.1: *El efecto de la credibilidad de la fuente (alta o baja) sobre las actitudes en respuesta a mensajes persuasivos (compuestos por argumentos fuertes o débiles).*



Fuente: Tormala, Briñol y Petty (2006).

En resumen, en este apartado hemos expuesto que la credibilidad y el atractivo de la fuente pueden cambiar las actitudes a través de distintos procesos según las circunstancias. Así, la fuente puede influir sobre la persuasión sirviendo como una clave periférica (en condiciones de baja elaboración) o influyendo sobre la cantidad de elaboración (en condiciones de elaboración intermedias). Además, en condiciones de alta probabilidad de elaboración, la fuente puede cambiar las actitudes al afectar a la dirección de los pensamientos, al servir como argumento en sí misma, o al influir sobre la confianza en los propios pensamientos.

Corrección de las actitudes: es preciso señalar que a veces los receptores perciben que la credibilidad o el atractivo de la fuente pueden influir sobre sus actitudes, sobre todo en condiciones de alta probabilidad de elaboración. Por ejemplo, en una entrevista de selección de personal, el entrevistador bien preparado puede notar que el atractivo del candidato está afectando a sus juicios sobre la competencia técnica de dicho candidato. En condiciones como la descrita, es probable que el receptor (por ejemplo, el entrevistador) intente corregir el posible sesgo del atractivo de la fuente (por ejemplo, el entrevistado) sobre sus actitudes hacia el candidato. Estas operaciones mentales de corrección también constituyen una actividad metacognitiva ya que implica pensar sobre cómo se está pensando y también pueden dar lugar a efectos persuasivos paradójicos (para una revisión, véase Wegener y Petty, 1997).

Todos los procesos psicológicos señalados anteriormente para la credibilidad y el atractivo de la fuente serían también aplicables al caso del poder de la fuente. Véase el Cuadro 18.5.

Cuadro 18.5: Efectos del poder de la fuente en función de las condiciones de probabilidad de elaboración.

Probabilidad alta: motivación + capacidad	Probabilidad moderada: falta motivación o capacidad	Probabilidad baja
El poder de la fuente		
Puede determinar la dirección de los pensamientos que vienen a la mente. Puede producir también un efecto contrario al deseado si induce reactancia en el caso de que se perciba con intenciones de coaccionar. Puede influir en la persuasión a través de procesos metacognitivos de autovvalidación del pensamiento y corrección del juicio.	Afecta a la cantidad de procesamiento de la información. Si el poder de una fuente hace que parezca que sus propuestas se llevarán a cabo, la probabilidad de procesar sus propuestas será mayor que si la fuente careciese de poder.	Funciona como una clave periférica. La persona sigue simplemente el heurístico “si tiene poder, debe de tener razón” o “si tiene poder, mejor me irá si estoy de acuerdo con su propuesta”. La investigación resulta consistente con esta posibilidad y demuestra que las fuentes con poder resultan más persuasivas que las fuentes sin poder.

Fuente: Briñol, Petty, Valle, Rucker y Becerra (2006).

18.9 Variables del mensaje

Un mensaje persuasivo consta de los siguientes elementos: un asunto u objeto de actitud (por ejemplo, una persona o grupo, una ideología, cualquier producto material, y así sucesivamente), una posición respecto al asunto (a su favor o en su contra), argumentos que apoyan la posición adoptada (“Redbull te da alas”, “el gobierno, al carecer de un plan para la prevención de la delincuencia común, ha generado desconfianza y miedo”...) y numerosas y diversas formas de organización de las razones o argumentos esgrimidos. El potencial impacto que el mensaje tenga sobre las actitudes de la audiencia dependerá del tratamiento que de todos y cada uno de estos elementos haga la fuente comunicativa.

Tres aspectos destacan en el estudio del efecto persuasivo de los mensajes: la utilización de mensajes racionales y/o emocionales, la organización formal de los mensajes y su contenido.

Mensajes racionales vs. emocionales

Los *mensajes racionales* fundamentalmente ofrecen datos y evidencias sobre el objeto de actitud, es decir, realizan “afirmaciones sobre hechos, originadas por una fuente o fuentes distintas del emisor, en objetos no creados por el emisor y en opiniones de personas distintas del emisor” (Stiff, 1994). Las formas de argumentación de este tipo de mensajes suelen ser la deducción y la inferencia y tienden a apelar a la capacidad reflexiva de las audiencias. En cambio, por su parte, los mensajes emocionales utilizan los argumentos para crear distintos sentimientos y emociones en los receptores, produciendo respuestas instantáneas de agrado vs. desagrado; aceptación vs. rechazo y de acercamiento vs. evitación, en relación con las propuestas del mensaje.

Por lo que se refiere a la eficacia persuasiva de este tipo de mensajes, cabe decir que hay muy pocas evidencias concluyentes, en parte debido a la dificultad de generar, para su estudio experimental, mensajes puramente racionales o emocionales. En cuanto a los resultados experimentales,

algunos autores (Edwards y von Hippel, 1995) afirman, basándose en la denominada *hipótesis de la equiparación o emparejamiento*, que si el componente de la actitud que se pretende cambiar es el cognitivo, el mensaje racional será el más persuasivo, mientras que si el componente de la actitud que se desea variar es el emocional, entonces los mensajes emocionales serán más adecuados para cambiar la actitud de la audiencia. Sin embargo, también hay evidencias del efecto contrario, de forma que si la base actitudinal que se busca modificar es la afectiva, entonces un mensaje racional será lo más efectivo y a la inversa (Millar y Millar, 1990).

En un intento de reducir la discrepancia, Petty y Wegener (1998) señalan que la fuerza de los argumentos puede actuar de variable moderadora en los distintos efectos encontrados. Así, si el mensaje es fuerte en sus argumentos, entonces la equiparación con el componente actitudinal será la estrategia más eficaz. Por el contrario, si el mensaje es débil, entonces la desequiparación será la medida más eficiente por lo que respecta al cambio de actitudes. En otras palabras, se podría decir que cuando se dispone de argumentos muy convincentes se puede atacar la base de la actitud que se prefiera.

En cuanto a los mensajes emocionales, se ha intentado descubrir los factores que contribuyen al éxito o el fracaso en el cambio de actitudes de los mensajes que inducen miedo. Los resultados, expuestos de manera resumida, permiten afirmar que:

- (a) Cuanto mayor sea el miedo inducido por un mensaje, mayor será la probabilidad de que los receptores cambien sus actitudes y conductas, siempre que sean personas de autoestima y/o autoeficacia altas.
- (b) Los mensajes con niveles altos de miedo no producen cambio de actitudes y conductas en personas con baja autoestima y/o autoeficacia, si bien los mensajes con niveles moderados de miedo resultan más eficaces para este tipo de personas.
- (c) Las apelaciones altas en miedo resultan más eficaces si incluyen recomendaciones útiles y viables, cuyo cumplimiento por parte del receptor evita la amenaza contenida en el mensaje (Cho y Witte, 2004).

El contenido de los mensajes

Por *contenido del mensaje* debe entenderse la clase de información verbal, visual, o ambas, que, en forma de argumentos, el mensaje conlleva. Muchas son las variables de contenido que se han estudiado para comprobar la eficacia persuasiva de los mensajes (véase Briñol y cols., 2001; Petty y Wegener, 1998, para una revisión completa). A continuación, se ofrecen los resultados obtenidos en relación con algunas de las más importantes.

- *Probabilidad de ocurrencia y deseabilidad de las consecuencias contenidas en el mensaje*: los argumentos que parecen tener más impacto sobre el cambio de actitudes son aquellos que, o bien informan de la alta probabilidad de ocurrencia de alguna consecuencia positiva y deseable para la audiencia, siempre que ésta siga las recomendaciones del mensaje, o por el contrario, anuncian la muy probable evitación de alguna consecuencia negativa muy indeseable para la audiencia, siempre que se sigue a las prescripciones del mensaje (Caccioppo, Petty y Sidera, 1982).
- *Novedad de los argumentos*: al menos en determinadas circunstancias, se podría decir que cuanto más nuevos u originales sean los argumentos de un mensaje, mayor será su potencial persuasivo sobre la audiencia.
- *Cantidad de argumentos*: en general se ha constatado que cuantos más argumentos contuviese un mensaje o, en su defecto, más largos cada uno de ellos, mayor sería su eficacia persuasiva (Wood, Kallgren y Preisler, 1985). Para Petty y Caccioppo (1984), dichos resultados se producirán, solamente, cuando la audiencia, o bien tiene poco interés por el asunto, o no

tiene muchos conocimientos sobre él, todo lo cual lleva a concluir que, en esas circunstancias, no va a pensar demasiado en el asunto del mensaje y, por tanto, no va a poder evaluar la fuerza o calidad de los argumentos, por lo que se fiaría, entonces, solamente del número de argumentos como criterio fundamental para cambiar o no sus actitudes. Sin embargo, si los receptores están dispuestos a analizar cuidadosamente el mensaje, entonces, al aumentar el número de argumentos fuertes del mensaje, aumentará la probabilidad de persuadir a la audiencia, pero si lo que se aumenta son los argumentos débiles o de poca calidad, entonces el potencial persuasivo sobre los receptores se reducirá.

En síntesis, la cantidad de argumentos de un mensaje puede servir como una clave heurística para determinar los méritos de una propuesta cuando el receptor no tiene la motivación y la capacidad necesarias para procesar detalladamente la información contenida en los propios argumentos. Ahora bien, cuando la motivación y la capacidad son altas, el receptor no se limita a contar los argumentos de un mensaje como una clave heurística, sino que procesa y analiza esa información en función de la fuerza o la calidad de dichos argumentos (por ejemplo, Alba y Marmorstein, 1987).

- *Mensajes de un lado (unilaterales) versus mensajes de dos lados (bilaterales)*: se conoce como mensajes de un lado a todos los que contienen solamente argumentos de apoyo a la posición defendida por el comunicador. Se conoce como mensajes de dos lados a todos los que, junto a la posición defendida por el comunicador, contienen puntos de vista contrarios a ella. A su vez, los mensajes de dos lados se subdividen en dos categorías: mensajes de dos lados con refutación (se reconoce la existencia de posiciones opuestas a las del comunicador y se las rebate explícitamente) y mensajes de dos lados sin refutación (se reconocen, pero no se rebaten las posiciones antagónicas a las del emisor).

Respecto al potencial persuasivo de estos tipos de mensajes, los resultados obtenidos han sido los siguientes:

- (a) Los mensajes de dos lados con refutación produjeron mayor cambio de actitudes que los mensajes de un lado.
- (b) Los mensajes de un lado fueron más persuasivos que los mensajes de dos lados sin refutación.
- (c) Los comunicadores valorados como más creíbles son, por este orden, los que emitieron mensajes de dos lados con refutación, en detrimento de los que utilizan mensajes de un lado y de dos lados sin refutación.

Los aspectos formales del mensaje

Conclusiones explícitas vs. conclusiones implícitas

Para obtener un mayor cambio de actitudes, ¿el mensaje debe dejar claras sus propuestas (*conclusiones explícitas*) o por el contrario debe dejar que sea la audiencia quien las extraiga por sí misma (*conclusiones implícitas*)?, o dicho de otra forma, ¿cuál de los dos tipos de mensajes será más persuasivo?

La clave para responder a estas preguntas se encontraría en el nivel de motivación y capacidad que la audiencia tenga para pensar en las conclusiones. Si a los receptores les es difícil o están poco motivados para pensar en el mensaje (baja probabilidad de elaboración), les será muy costoso extraer las conclusiones por sí mismos, por tanto, esta audiencia será más persuadida por un mensaje que haga explícitas sus conclusiones. Si por el contrario, la audiencia está muy motivada y tiene capacidad para pensar en el contenido del mensaje (alta probabilidad de elaboración), dejar las conclusiones implícitas resultará más persuasivo.

El uso de preguntas retóricas

Consiste en presentar los argumentos del mensaje en forma de preguntas retóricas. Y, como en todas las variables que venimos estudiando hasta ahora, la cuestión a dilucidar es si su uso lleva o no a un mayor cambio de actitudes, a través de qué procesos lo hace, y con qué consecuencias.

En general, puede afirmarse que el uso de esta estrategia lleva al cambio de actitudes en aquellos receptores que no están muy dispuestos a pensar en las propuestas del mensaje, mientras que, por el contrario, para aquellas audiencias que sí están dispuestas a analizar con todo detenimiento el mensaje, el uso de preguntas retóricas puede interferir el curso del pensamiento de los receptores, reduciendo su potencial persuasivo (Burnkrant y Howard, 1984; Petty, Cacioppo y Heesacker, 1981, proporcionan información sobre otras variables moderadoras en la relación descrita).

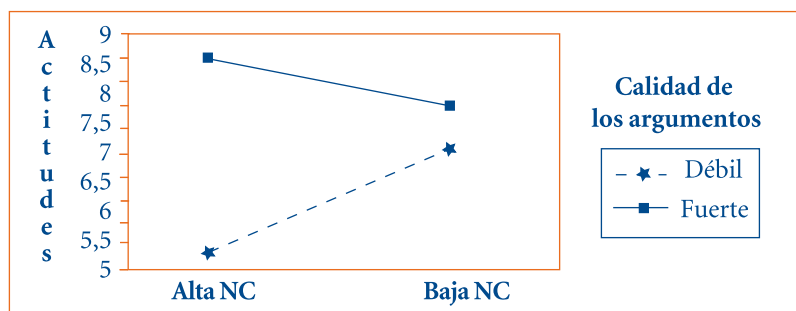
Organización del mensaje

Por decirlo de una forma más concreta, ¿dónde debe el comunicador situar sus argumentos más importantes, al principio de su intervención, propiciando el Efecto de primacía o al final, facilitando la aparición del Efecto de recencia, para producir el cambio de actitudes en la audiencia? Según la revisión llevada a cabo por Haugtvedt y Wegener (1994), cuando el comunicador tenga que dirigirse a un público poco motivado y con poca capacidad para pensar en los argumentos (baja probabilidad de elaboración), deberá situar sus mejores argumentos al final de su intervención; por el contrario, si los potenciales receptores se encuentran con alta motivación y capacidad para pensar en lo que el mensaje dice (alta probabilidad de elaboración), entonces se deberán situar los mejores argumentos al principio del mensaje.

18.10 Variables del receptor

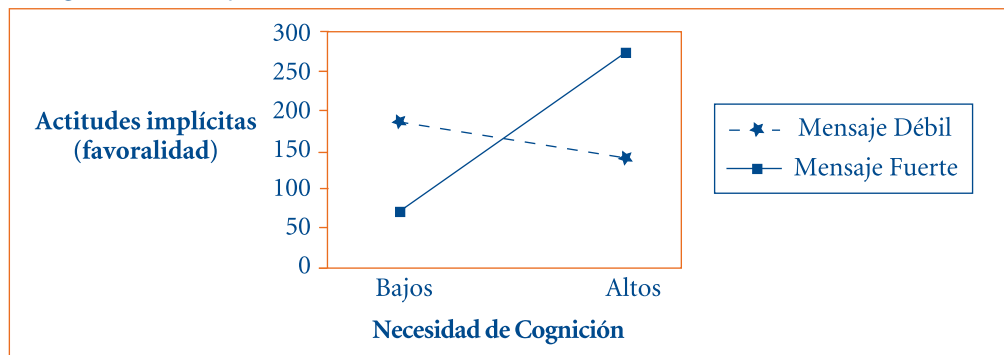
Uno de los aspectos más importantes de la persuasión, quizás el más relevante de todos, es tener en cuenta cómo es el receptor del mensaje. Las personas difieren en multitud de aspectos y dicha diversidad influye en la aceptación y resistencia al cambio de actitudes. Por ejemplo, existen diferencias importantes en las capacidades, en los valores, en la personalidad y en una multitud de variables sociodemográficas de las personas. Briñol y Petty (2005) ofrecen un detallado análisis de las diferencias individuales más relevantes para el estudio de la persuasión, que nos va a servir de guía en este epígrafe. En concreto, nos vamos a centrar en las que derivan a partir de las siguientes motivaciones básicas: la necesidad de conocimiento, la necesidad de consistencia, la necesidad de valía personal y, por último, la necesidad de aprobación social. Véanse los gráficos 18.2 y 18.3.

Gráfico 18.2: Actitudes hacia la propuesta del mensaje en función de la calidad de los argumentos (fuerte o débil) y la necesidad de cognición del receptor (alta o baja).



Fuente: Tomado de Falces, Briñol, Sierra, Becerra y Alíer (2001).

Gráfico 18.3: Asociaciones automáticas (evaluadas con una medida implícita de actitudes) en relación con la propuesta del mensaje en función de la calidad de los argumentos y la necesidad de cognición del receptor.



Fuente: Tomado de Briñol, Horcajo, Becerra, Falces y Sierra (2002).

Necesidad de conocimiento: se refiere al deseo de poseer un conocimiento sobre el mundo para comprenderlo, predecirlo y controlarlo. Asimismo, el conocimiento permite a los individuos adaptar su conducta de tal forma que maximicen el logro de placer y minimicen el dolor. Por último, el conocimiento provee a las personas de un sentimiento de libertad y competencia (Brehm, 1966).

Vinculadas con esta motivación humana se han señalado algunas variables que tienen relevancia para el estudio de la persuasión, como son:

- La necesidad de cognición
- La necesidad de evaluación
- La necesidad de cierre cognitivo
- La incertidumbre causal
- La autoconciencia

Se puede encontrar en Briñol y Petty (2005) una exposición más detallada de todas estas variables. Vale la pena señalar, en este sentido, que la más estudiada, y quizá la más relevante para el estudio de la persuasión, es la *necesidad de cognición* (NC; Cacioppo y Petty, 1982). Véase el Cuadro 18.6.

Cuadro 18.6: La Necesidad de Cognición (NC) y sus efectos sobre la persuasión.

NC es la mayor o menor motivación de las personas para pensar sobre cualquier asunto de la vida cotidiana y disfrutar haciéndolo. Permite distinguir entre altos y bajos en NC. Los altos en NC tienden a pensar sobre cualquier información para dar sentido a los estímulos, relaciones y acontecimientos de la vida cotidiana, son activos cognitivamente y se esfuerzan en fomentar su propia actividad mental. Los bajos en NC son más perezosos en las actividades cognitivas, recurren más a los demás para hacer juicios y utilizan más heurísticos y procesos de comparación social.

Además, los altos en NC se caracterizan por: Mostrar mayor persuasión en respuesta a argumentos fuertes que a argumentos débiles (Figura 3). Desarrollar actitudes más fuertes, estables, duraderas, resistentes al cambio, predictoras del comportamiento futuro y con más asociaciones automáticas fuertes (Figura 4). Resistirse más a la persuasión (como receptores) y esforzarse más por convencer a sus compañeros y por generar mayor número de argumentos persuasivos (como agentes persuasivos), aunque ello no signifique que sean más efectivos en resolver tareas grupales.

Fuente: Briñol y Petty (2005); Cacioppo, Petty, Feinstein y Jarvis (1996); Falces y cols. (2001); Briñol, Horcajo y cols. (2002); Briñol, Becerra y cols. (2005).

Necesidad de consistencia o coherencia interna: es un aspecto clave del entendimiento del mundo por parte de las personas. La necesidad de consistencia lleva a las personas a evitar la disonancia dentro y entre los componentes afectivos, cognitivos y conductuales del sistema psicológico, tanto a nivel explícito y controlado (Festinger, 1957; Heider, 1958) como a un nivel más automático (Briñol, Horcajo, Becerra, Falces y Sierra, 2003; Greenwald, Banaji y cols., 2002).

Cuadro 18.7: *Efectos del autoritarismo sobre la persuasión.*

Las medidas de autoritarismo son relativamente fiables para predecir susceptibilidad o resistencia a la influencia social explícita.
Los bajos en autoritarismo suelen mostrar una mayor resistencia a las presiones a obedecer y a conformarse a la voluntad del grupo.
Aunque los trabajos que relacionan autoritarismo y persuasión son escasos, los datos existentes sugieren que los altos en autoritarismo son especialmente sensibles a los indicadores de autoridad a la hora de formar sus actitudes.

Fuente: Briñol y cols. (2004).

La Necesidad de Estima o valía personal: desarrollar y mantener unas auto-percepciones y un autoconcepto positivos es otra actividad humana fundamental (Maslow, 1943). La *necesidad de estima* es precisa para lograr la felicidad y la salud mental (por ejemplo, Taylor y Brown, 1998), así como para el afrontamiento del estrés de la vida (Steele, 1988).

Vinculadas con esta motivación se han señalado algunas variables que tienen relevancia para el estudio de la persuasión, como:

- La autoestima (Rosenberg, 1979).
- El optimismo (Geers, Handley y McLarney, 2003).
- La autoduda (Oleson, Poehlmann, Yost, Lynch y Arkin, 2000).

Cuadro 18.8: *Efectos de la autoestima sobre la persuasión.*

Como todas las variables, la autoestima puede influir sobre el cambio de actitud a través de distintos mecanismos según las circunstancias.

Probabilidad alta de elaboración: motivación + capacidad	Probabilidad moderada de elaboración: falta motivación o capacidad	Probabilidad baja de elaboración
Una autoestima alta puede constituir un argumento persuasivo en sí mismo en algunas circunstancias, por ejemplo, en una entrevista de selección. La autoestima puede sesgar la dirección en la que se piensa.	La autoestima se utiliza para decidir sobre si pensar o no sobre la propuesta persuasiva. Los altos en autoestima se sienten confiados y deciden que no es necesario pensar sobre la información recibida.	La autoestima se utiliza como una clave periférica. Los altos en autoestima pueden resistirse más al cambio que los bajos, al considerar que sus propias opiniones son mejores que las de la fuente.

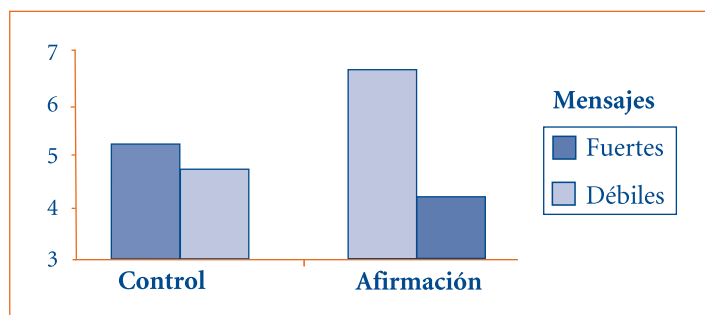
Cuando las personas recurren a procesos meta-cognitivos, se ha encontrado que, en comparación con las personas bajas en autoestima, las altas muestran una tendencia a confiar más en sus propios pensamientos en respuesta a un mensaje a la hora de formar una actitud.

Fuente: Briñol y Petty (2005).

Una forma sencilla con la que se puede aumentar la autoestima es a través del denominado *paradigma de autoafirmación*. Básicamente, consiste en dar la oportunidad de que las personas expresen sus valores personales. Según Steele (1988) cuando las personas se afirman en algún dominio de su identidad (por ejemplo, expresan sus preferencias, recuerdan un éxito reciente en un partido de tenis, etc.) su necesidad de defenderse en otros dominios distintos disminuye. Según esta perspectiva, cuando una persona siente que su identidad está a salvo, la información persuasiva que reciba es percibida como menos amenazante. La idea que resulta relevante para la persuasión es que, en la medida en que las personas se sienten reforzadas en su identidad (a través de la autoafirmación), su necesidad de defenderse puede disminuir.

En línea con este razonamiento, investigaciones recientes confirman que, cuando una persona se afirma a sí misma, se vuelve más vulnerable a la persuasión. Si bien la explicación dominante de este fenómeno consiste en argumentar que la propia autoafirmación refuerza el autoconcepto, disminuye la necesidad de defenderse y aumenta la apertura al cambio, Briñol, Gallardo, Horcajo, De la Corte, Valle y Díaz (2004) proponen una hipótesis alternativa, según la cual la autoafirmación aumenta la confianza y, por tanto, lo que realmente produce es una reducción en el procesamiento de la información. Según esta hipótesis, la autoafirmación debería aumentar la persuasión solamente cuando la información persuasiva es poco convincente. Sin embargo, la autoafirmación debería producir también el efecto contrario, al reducir el impacto persuasivo de mensajes fuertemente convincentes. Los resultados del experimento llevado a cabo por Briñol y sus colegas (2004) fueron consistentes con esta interpretación demostrando que la autoafirmación puede tanto aumentar como reducir la persuasión, dependiendo de la calidad de los argumentos del mensaje (véase el Gráfico 18.4).

Gráfico 18.4: Actitudes hacia la propuesta del mensaje en función de la calidad de los argumentos y la autoafirmación previa del receptor.



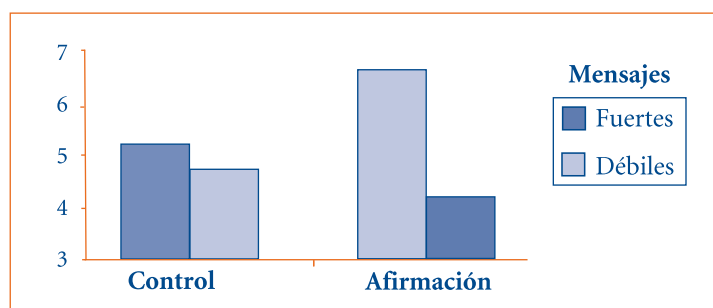
Fuente: Tomado de Briñol y cols. (2003).

Pero, además, como ya se ha señalado, una misma variable puede actuar sobre el cambio de actitud a través de distintos mecanismos según las circunstancias. En el trabajo anteriormente comentado, la probabilidad de elaboración era intermedia y la autoafirmación afectó a la persuasión influyendo sobre la cantidad de procesamiento del mensaje. En un experimento posterior, Briñol, Becerra, Gallardo, Horcajo y Valle (2004) estudiaron el efecto de la autoafirmación en condiciones de alta elaboración. En este caso, después de procesar un mensaje persuasivo (en lugar de antes), a los participantes del experimento se les permitió autoafirmarse a través de la expresión de sus valores personales, lo que incidió significativamente

en el grado de confianza que tenían con respecto a sus pensamientos sobre el mensaje. Como resultado, la autoafirmación aumentó la persuasión cuando los pensamientos sobre el mensaje eran favorables, pero la disminuyó cuando los pensamientos sobre ese mensaje eran desfavorables (véase el Gráfico 18.5).

En conjunto, estos dos trabajos muestran que la autoafirmación puede aumentar o disminuir la persuasión a través de distintos mecanismos (por ejemplo, afectando a la cantidad de pensamiento o a la meta-cognición) según las condiciones de elaboración (por ejemplo, moderada y alta, respectivamente) y el orden de inducción de la autoafirmación (antes o después del mensaje).

Gráfico 18.5: Actitudes hacia la propuesta persuasiva en función de la calidad de los argumentos (fuertes o débiles) y la autoafirmación posterior del receptor.



Fuente: Tomado de Briñol y cols. (2004).

Necesidad de aprobación e inclusión social: la afiliación con los otros puede proveer un sentido de estima personal y la inclusión en un grupo puede proveer un estatus o poder social deseado (Maslow, 1943). Vinculadas con esta motivación se han señalado algunas variables que tienen relevancia para el estudio de la persuasión, como:

- La necesidad de unicidad (Snyder y Fromkin, 1977).
- El individualismo-colectivismo (Triandis, McCusker y Hui, 1990).
- La dependencia de campo (Witkin y cols., 1954).
- El maquiavelismo (Christie y Geis, 1970).
- Las diferencias individuales en disposición hacia grupos e identidades minoritarios (por ejemplo, la orientación de dominancia social, Pratto y cols., 1994).
- Las diferencias individuales en la motivación para controlar el prejuicio (por ejemplo, motivación interna y externa para responder sin prejuicio, Plant y Devine, 1998).

Valga como ejemplo el papel del individualismo-colectivismo en la respuesta a los intentos de persuasión. Han y Shavitt (1994) encontraron que, comparados con personas coreanas, los estadounidenses se dejaban persuadir más fácilmente por anuncios publicitarios que subrayaran ventajas de tipo individual. Por el contrario, los anuncios que recalcan beneficios familiares e intragrupales eran más persuasivos para los coreanos que para los estadounidenses.

18.11 Variables del canal

La noción más aceptada de *canal* implica el conjunto de sentidos humanos o vías perceptivas mediante las cuales las personas transmiten sus mensajes. Así se habla de canal visual,

auditivo, audiovisual (TV) y táctil, y la persuasión se puede producir a través de todos o de cualquiera de ellos. En cuanto al papel que el canal juega en el proceso de cambio de actitudes, pueden establecerse algunas conclusiones. Por ejemplo, las interacciones persuasivas cara a cara son más eficaces para cambiar actitudes que los intentos persuasivos realizados a través de los medios de comunicación.

Asimismo, dentro del ámbito de los medios de comunicación, los medios impresos facilitan mucho más la comprensión (véase McGuire, 1985) del mensaje en comparación con los medios audiovisuales, debido a la menor complejidad del mensaje escrito y a las posibilidades mayores que el canal escrito ofrece para que sea el receptor quien controle el tiempo y las modalidades de procesamiento del mensaje (véase también Chaiken y Eagly, 1976; Wright, 1981).

Por lo que se refiere a la eficacia persuasiva de los distintos medios, en general puede afirmarse que ningún medio de comunicación es más persuasivo que otro, y que las estrategias que combinan más de un medio de comunicación, y que son complementadas con alguna forma de comunicación directa con el receptor, resultan ser las más persuasivas. Ahora bien, la presencia de determinados factores en la situación persuasiva puede hacer que un medio sea más eficaz que otro en relación con el cambio de actitudes. Así lo verificaron Chaiken y Eagly (1976) al introducir en su experimento dos de estos factores: canal por el que transitaba el mensaje y complejidad de la información presentada por dichos canales.

Los resultados mostraron que se produce un mayor acuerdo con los mensajes presentados a través de la radio y la televisión en comparación con los mensajes escritos cuando la información presentada era sencilla (frases cortas y términos comunes). Por el contrario, el mensaje escrito resultó más persuasivo que los otros canales cuando la información era compleja (frases largas y términos complejos).

18.12 Variables del contexto

Podemos definir el *contexto* o situación en la que se da la interacción persuasiva como la totalidad de elementos materiales y humanos que la rodean y que la hacen posible. A continuación, revisaremos algunas de las variables que han mostrado tener más incidencia sobre el cambio de actitudes.

- *Distracción*: la distracción generalmente interfiere con el pensamiento, lo cual, como hemos visto para otras variables, puede aumentar o disminuir la persuasión dependiendo de la calidad de los argumentos del mensaje. Cuando los argumentos son fuertes, la distracción reduce su impacto persuasivo y limita la capacidad de la audiencia para darse cuenta de los méritos de la propuesta. Por el contrario, cuando los argumentos son débiles, la distracción aumenta su impacto persuasivo y evita que la audiencia piense sobre sus debilidades (Petty y cols., 1976).
- *Advertencias previas de la postura defendida*: avisar de antemano a la audiencia de la postura suele aumentar la resistencia a la persuasión. Un dato relevante al respecto es que, dependiendo del tiempo que transcurra entre la advertencia y la emisión del mensaje, si el mensaje se produce inmediatamente después de la advertencia, la resistencia a la persuasión será mucho menor que si transcurre una cierta cantidad de tiempo, siendo entonces la resistencia considerablemente mayor (Freedman y Sears, 1965; Petty y Cacioppo, 1977). En este último caso, al disponer de más tiempo, los receptores pueden pensar anticipadamente en los argumentos en contra de la postura que van a recibir.



- *Advertencias previas del intento persuasivo:* a veces las personas saben que les van a intentar convencer, pero no saben de antemano en qué dirección. Inicialmente, se consideró que la advertencia previa de un intento persuasivo es interpretada por la audiencia como un intento de restringir su libertad de pensamiento, generando una fuerte reactancia (Brehm, 1966), lo cual redundaría en una mayor resistencia a la persuasión (Fukada, 1986). Como ocurre para cualquier otra variable, el conocimiento del intento persuasivo puede influir sobre el cambio de actitud no sólo como un simple indicador de rechazo (cuando la probabilidad de elaboración es baja), sino que puede funcionar a través de otros procesos psicológicos. Por ejemplo, Petty y Cacioppo (1979), sugirieron que la advertencia previa no actúa sin más como un simple indicador de rechazo, sino que también actúa sesgando el procesamiento de la información cuando la relevancia personal es alta. Esto es, el saber de antemano que te van a intentar convencer puede aumentar la motivación para generar contraargumentos.
- *Estado de ánimo:* cuando la probabilidad de elaboración por parte del receptor es baja, su estado de ánimo impactará sobre las actitudes a través de procesos de baja elaboración, tales como el condicionamiento clásico (Petty y cols., 1993). En estos casos, e independientemente de la calidad de los argumentos, se suele observar mayor persuasión cuando las personas se sienten felices comparado con cuando las personas se sienten tristes. Por su parte, cuando la probabilidad de elaboración es moderada, el estado de ánimo tiene influencia sobre la cantidad de pensamiento elaborado.

En general, las personas con estados de ánimo positivos dedican menos atención a pensar sobre los mensajes que las personas con estados de ánimo negativos y por tanto, discriminan menos entre argumentos fuertes y débiles. Sin embargo, Wegener, Petty y Smith (1995) encontraron que incluso las personas con estados de ánimo positivo pueden pensar detalladamente sobre el contenido de los mensajes, siempre y cuando consideren que dichos mensajes contienen información valiosa para no tener que cambiar su estado de relativa felicidad. Por otra parte, cuando la probabilidad de elaboración es alta y la audiencia se encuentra procesando el mensaje, Petty y colaboradores (1993) encontraron que el estado de ánimo positivo está asociado con la generación de pensamientos favorables, mientras que el estado de ánimo negativo está asociado con la generación de contraargumentos. Es decir, el estado de ánimo sesgó la dirección de los pensamientos que venían a la mente mientras se procesaba el mensaje. Como hemos descrito

para otras variables, el estado de ánimo también puede influir sobre la persuasión afectando a los procesos metacognitivos. Por ejemplo, en condiciones de alta probabilidad de elaboración, Briñol, Petty y Barden (2005) han encontrado que, en comparación con los estados de ánimo negativos, los estados de ánimo positivo llevan a las personas a confiar más en los pensamientos que tienen en respuesta al mensaje persuasivo.

Las investigaciones más recientes sobre este asunto sugieren que es fundamental considerar no sólo si el estado de ánimo general es positivo o negativo, sino especificar el tipo de emoción concreta dentro de esos estados de ánimo. Por ejemplo, aunque la sorpresa es una emoción positiva y la ira una emoción negativa, su impacto sobre la persuasión es distinto al descrito anteriormente ya que dichas emociones también contienen información sobre duda e incertidumbre (en el caso de la sorpresa) y confianza (en el caso de la ira) (para una revisión, véase Briñol, Petty y Rucker, 2006).

18.13 Resumen

A lo largo del capítulo se han revisado las principales variables estudiadas en persuasión, sus efectos sobre el cambio de actitudes y los distintos procesos psicológicos a través de los cuales pueden producirse dichos efectos. Al día de hoy, la comprensión de los procesos psicológicos implicados en el cambio de actitudes nos proporciona una considerable “tecnología” psicológica que, como se ha señalado anteriormente, puede utilizarse para muy diversos fines.

Por otro lado, en este capítulo se ha señalado un modelo de comunicación, compuesto por un emisor, un mensaje, una audiencia, un canal y un contexto. Estos elementos nos han permitido, además, delimitar algunas variables que pueden afectar al cambio de actitudes a través de los procesos psicológicos comentados ampliamente en las páginas anteriores. De esta forma, se han expuesto las principales variables del emisor, mensaje, receptor, canal y contexto y se han señalado y explicado sus efectos.

Con todo, la idea fundamental que se desprende del estudio de estas variables es que cualquiera de ellas puede producir un cambio de actitudes a través de diferentes procesos, dependiendo de la situación y, en concreto, de la elaboración o cantidad (y tipo) de procesamiento que el receptor de una comunicación persuasiva realice.

Algunos de los procesos comentados requieren que el receptor tenga una motivación y una capacidad suficiente para elaborar la información, procesarla sistemáticamente y analizarla en profundidad. En cambio, otros procesos de cambio de actitud no requieren que el receptor realice este esfuerzo cognitivo.

Pero la principal consecuencia que se deriva de que el cambio de actitudes se produzca a través de procesos de alta elaboración o a través de procesos de baja elaboración, se refiere a la distinta fuerza de los cambios resultantes. Aquellas actitudes que son el resultado de procesos de cambio de alta elaboración son más fuertes que aquellas actitudes que han cambiado como resultado de procesos de baja elaboración.

La implicación que se deriva de todo esto es que, cuando se quiere conseguir que el cambio de actitud sea estable, resistente y capaz de predecir la conducta, deberá tenerse en cuenta qué procesos psicológicos subyacen al cambio que queremos que se produzca. Motivar al receptor y permitirle que disponga de todos sus recursos cognitivos para procesar una información persuasiva dará lugar a una mayor elaboración y, como consecuencia de ello, a que se produzca un cambio de actitudes a través de algún proceso de alta elaboración.

Términos de glosario

Autovalidación

Clave periférica

Elaboración

Metacognición

Persuasión

Respuestas cognitivas

Ruta central

Ruta periférica

Lecturas y otros recursos recomendados

Briñol, P., De la Corte, L. y Becerra, A. (2001). *Qué es persuasión*. Madrid: Biblioteca Nueva.

Este libro describe de forma sistemática y completa el fenómeno de la persuasión desde el nivel de análisis de la Psicología social. En este sentido, es una lectura que complementa los contenidos descritos en este capítulo, describiendo con más detalle algunos experimentos concretos, así como algunas variables persuasivas adicionales. Es un libro que suele servir de manual para asignaturas relacionadas con persuasión y comunicación social.

Cialdini, R. B. (2001). *Influence. Science and practice* (4ª ed.). Boston: Allyn & Bacon (versión castellana “Influencia: ciencia y práctica”, en Editorial Servicio Universidad, Barcelona, 1990).

Es un libro clásico e imprescindible para introducirse en el estudio de la influencia social. Escrito en un estilo accesible, entretenido y divertido, sin perder de vista el rigor y seriedad, ha servido de inspiración para muchas personas que tras su lectura han decidido dedicarse a estudiar Psicología social. Es un libro muy completo, tanto desde el punto de vista teórico como práctico.

Pratkanis, A.; Aronson, E. (1994). *La Era de la Propaganda. Uso y abuso de la persuasión*. Barcelona: Paidós.

Al igual que el libro de Cialdini, este libro describe multitud de ejemplos prácticos, tanto de experimentos como de experiencias fuera del laboratorio.

Falces, C., Briñol, P., Sierra, B., Becerra, A. y Alier, E. (2001). Validación de la escala de Necesidad de Cognición y aplicación al estudio del cambio de actitudes. *Psicothema*, 13, 647-653. Artículo empírico en el que se valida al castellano la escala de necesidad de cognición. Desde el punto de vista de las diferencias individuales, esta investigación ilustra la importancia que para el estudio del cambio de actitudes tiene la cantidad de procesamiento y elaboración de la información persuasiva.

Briñol, P., Becerra, A., Gallardo, I., Horcajo, J. y Valle, C. (2004). Validación del pensamiento y persuasión. *Psicothema*, 16, 606-610.

Artículo empírico sobre el papel de la confianza en los propios pensamientos. Proporciona el único ejemplo en castellano de la hipótesis de autovalidación según la cual los procesos metacognitivos resultan fundamentales para comprender el cambio de actitudes. La investigación descrita en este trabajo demuestra que lo que las personas piensan en relación con una propuesta persuasiva no influye en sus actitudes cuando no se tiene confianza en dichos pensamientos.

Fundamentos de la Teoría de la disonancia cognitiva

Mercedes López Sáez

Objetivos

El objetivo de este capítulo es conocer y comprender las bases teóricas y de investigación en las que se fundamenta la Teoría de la disonancia cognitiva. La consecución de dicho objetivo general implica alcanzar los siguientes objetivos específicos:

- Comprender qué es la disonancia cognitiva y diferenciar este concepto de otras propuestas sobre la consistencia en el ser humano planteadas por diferentes aproximaciones teóricas que han abordado el tema de la coherencia.
- Definir los principales elementos que constituyen la base sobre la que se desarrolla la teoría e identificar las relaciones que se establecen entre dichos elementos.
- Identificar las variables que modulan la magnitud de la disonancia.
- Conocer las características de los principales paradigmas de investigación que se han desarrollado en torno a esta teoría.

19.1 Introducción

La *Teoría de la disonancia cognitiva* fue enunciada por Leo Festinger en 1957, considerándose desde entonces una de las más importantes y de mayor aplicación dentro del campo de la Psicología social. En el prólogo a la edición del libro en el que presentó su teoría, este autor comenta que las primeras ideas surgieron en torno a la observación de que las personas se exponen voluntariamente a la información que está de acuerdo con sus creencias y con su conducta, procurando evitar aquella información que les pudiera poner en cuestión su forma de pensar o de vivir.

Según revela, fueron los resultados de otros autores que investigaban sobre los rumores lo que le sugirió lo que sería el eje central en todo el desarrollo posterior de su teoría: las personas necesitan una justificación de sus creencias y de su conducta. Después de ocurrir una catástrofe, por ejemplo un terremoto, se observaba que entre las personas de la zona que no habían sufrido ningún daño circulaban rumores de que en breve iba a ocurrir una catástrofe mayor. Este tipo de rumor se difundía ampliamente y era generalmente aceptado por la mayoría. Sin embargo, las personas que sí habían padecido la catástrofe no difundían esos rumores. La explicación que da Festinger de ese fenómeno es que las personas damnificadas no necesitaban encontrar una justificación de la ansiedad que sentían. Contrariamente, las personas que no habían sufrido ningún daño necesitaban justificar un miedo que no era objetivo. Los rumores sobre nuevos desastres les proporcionaban una información que permitía justificar que sintieran miedo. Por eso difundían rumores que eran coherentes con sus emociones.

La Teoría de la disonancia cognitiva revolucionó la Psicología del momento al rebatir algunos de los principios fundamentales del conductismo, poniendo en duda la utilidad del refuerzo para modificar las actitudes. Intuitivamente, se puede pensar que a mayor incentivo mayor será el cambio de actitud. Sin embargo, la experimentación basada en la Teoría de la disonancia cognitiva ha demostrado que eso no siempre es cierto.

Por otra parte, fue una teoría muy novedosa al formular una serie de postulados, apoyados en una cuidadosa experimentación, que demostraron cómo la conducta cambia las creencias y las actitudes. En los temas anteriores, se ha analizado la influencia de las actitudes en la conducta. Esa relación, en la que la actitud es el antecedente de la conducta, coincide con el sentido común lego o del hombre de la calle. La Teoría de la disonancia cognitiva no es una teoría fácil de entender y supuso un reto para los propios psicólogos el aceptarla, por lo que no es extraño que generara gran número de investigaciones, revisiones y controversias. No obstante, los procesos demostrados en las situaciones con las que se ha experimentado en el laboratorio son tan comunes en la vida real que no es difícil reconocer en uno mismo, en condiciones similares, ese malestar psicológico al que Festinger denominó *disonancia*. Véase el Cuadro 19.1.

Cuadro 19.1: *Formulación inicial de la Teoría de la disonancia por Festinger.*



Festinger era un gran fumador. En su introducción a la teoría, recurre a un ejemplo sobre la conducta de fumar para explicar cómo las personas pueden manejar las incoherencias entre actitudes y conducta. Este ejemplo cobra hoy mayor actualidad dado que se conocen con mucha mayor precisión los efectos perjudiciales del tabaco. Afirma Festinger:

“Suponiendo que la consistencia es lo normal —quizás demasiado normal—, ¿qué ocurre con esas excepciones que enseguida vienen a nuestra imaginación? Sólo de tarde en tarde, si es que ello sucede alguna vez, se da el caso de que la persona en cuestión las acepte como inconsistencias. Lo común es tratar con más o menos suerte de racionalizar esas inconsistencias.

Continúa

Así, una persona que continúa fumando a pesar de saber que el humo es malo para los pulmones, puede ser que sienta: (a) que le gusta tanto fumar que vale la pena; (b) que las posibilidades de que su salud sufra no son tan importantes como parece a primera vista; (c) que no siempre ha de ser posible evitar todo peligro y seguir viviendo, y (d) que quizás si dejase de fumar ganaría peso, lo cual es igualmente nocivo para su salud” (Festinger, 1957; 1975, p. 14).

Según la teoría, todas estas cogniciones serían coherentes con la conducta de seguir fumando y, por lo tanto, contribuirían a disminuir la disonancia. Sigue diciendo este autor:

“Pero, en el ejemplo del fumador, parece claro que la persona puede encontrarse con grandes dificultades al intentar cambiar, ya sea su conducta, ya sea su conocimiento. Y ésta, y no otra, es la razón de que la disonancia, una vez creada, pueda permanecer... Puede tratar de encontrar puntos de vista y opiniones distintas para reforzar la opinión de que el fumar no hace mucho daño, pero puede ocurrir que todos estos intentos fracasen. Entonces continuará fumando aun teniendo conciencia de que el fumar le perjudica. En estos casos, sus intentos esforzados para reducir la disonancia no cesarán” (Festinger, 1957; 1975, p. 20).

19.2 Postulados básicos de la teoría

El ser humano procura lograr que su conducta sea coherente con sus creencias y actitudes. Ese deseo de coherencia es una de las principales motivaciones humanas.

Teorías de la congruencia, el equilibrio y la disonancia cognitiva

A finales de los años 50 surgen tres teorías que intentan explicar los mecanismos utilizados por las personas para conseguir la deseada consistencia: la *Teoría de la congruencia* (Osgood y Tannenbaum, 1955), la *Teoría de la disonancia cognitiva* (Festinger, 1957) y la *Teoría del equilibrio* (Heider, 1958). En general, estas teorías giran en torno a la idea de que las personas necesitan mantener coherencia entre creencias, entre diferentes actitudes, y entre actitudes y conducta, para así conservar el bienestar psicológico.

Cuadro 19.2: *La Teoría de la disonancia frente a las teorías de la congruencia y del equilibrio.*

Teoría de la congruencia Teoría del equilibrio	Teoría de la disonancia cognitiva
• Coinciden en centrarse en el problema de la incoherencia entre diferentes actitudes. • Comparten un postulado básico: la incompatibilidad entre actitudes, es decir su incoherencia, produce un estado psicológico desequilibrado que tratará de equilibrarse mediante el cambio de algunas de esas actitudes. • Las dos teorías proponen que la búsqueda de consistencia entre actitudes es una necesidad de mantener una lógica, propia del ser humano racional, en el conjunto del sistema de creencias.	• Se aparta de las dos teorías anteriores por mantener un presupuesto fundamental: la persona rara vez admite que existe esa inconsistencia, sino que trata de justificar su conducta. • El proceso más común no es, por lo tanto, la búsqueda de consistencia, sino la racionalización de las inconsistencias. • Cuando la persona no consigue racionalizar sus inconsistencias experimenta un malestar psicológico que le hará sentirse incómoda. • Los supuestos de la teoría propuesta por Festinger no sólo permiten predecir cuándo se crea la disonancia, sino cómo se puede reducir.

Dilbert de Scott Adams



Fuente: Tomado de E. R. Smith y D. M. Mackie (1997) Psicología social (pp. 320-321). Madrid: Panamericana.

Para recalcar que no se trata de un proceso relacionado con la búsqueda de racionalidad, Festinger sustituye la palabra inconsistencia por otra menos lógica: disonancia. Igualmente, sustituye consistencia por consonancia. Utilizando estos términos, formula las dos hipótesis básicas de su teoría (Festinger, 1957; 1975, p. 15):

1. La disonancia es psicológicamente incómoda, por lo que la persona trata de reducirla y de lograr la consonancia.
2. Cuando la disonancia está presente, además de intentar reducirla, la persona evita activamente las situaciones e informaciones que podrían aumentarla.

El concepto de disonancia cognitiva

La disonancia cognitiva es un factor motivacional, que se puede equiparar al hambre o a la frustración, y que se origina cuando existen cogniciones que no concuerdan entre sí. Igual que el hambre motiva a realizar conductas orientadas a reducirla, la disonancia cognitiva induce cambios psicológicos dirigidos a reducir el malestar que provoca. Conceptualmente, la disonancia se puede definir como una experiencia psicológicamente desagradable, que va acompañada de sensaciones de inquietud, y que está provocada por la inconsistencia entre cogniciones.

La idea de *cognición* a la que alude Festinger es muy amplia, entendiéndose como tal, dentro de este marco teórico, “cualquier conocimiento, opinión o creencia sobre el medio, sobre uno mismo, o sobre la conducta de uno” (Festinger, 1957; 1975, p. 16). Es decir, hay que considerar cualquier elemento de cognición, tanto lo que una persona sabe sobre sí misma —lo que desea, lo que siente o la conducta realizada— como percepciones, actitudes, creencias o sentimientos sobre el entorno físico o sobre otras personas o grupos. Precisamente es esa generalidad en el planteamiento de la teoría lo que ha hecho que sea aplicable a muchos de los tópicos de los que se ocupa la Psicología y que implican procesos relacionados con cognición, motivación y emoción (Harmon-Jones y Mills, 1999).

Esos elementos de cognición sobre los que se articula la teoría se refieren siempre a aspectos que reflejan realidades físicas, sociales o psicológicas. No obstante, hay que hacer hincapié en que se trata de una visión de la realidad subjetiva. Es decir, la persona puede vivir el contenido de esas cogniciones como real, aunque objetivamente no lo sea. Por ejemplo, alguien puede estar seguro

de que su pareja mantiene relaciones amorosas con una tercera persona, sin que este hecho sea cierto. Esta distorsión de la realidad, típica de los celos, genera cogniciones a las que se puede aplicar la Teoría de la disonancia. No así algunas opiniones que se pueden esgrimir, por ejemplo en el curso de una discusión política, pero sobre las que no se tiene certeza.

Elementos consonantes y disonantes

Uno de los postulados básicos de la teoría se refiere a las relaciones entre elementos de conocimiento. Dos cogniciones pueden ser irrelevantes o relevantes según las relaciones que se establecen entre ellas. Véase el Cuadro 19.3.

Cuadro 19.3: Definición y ejemplos de cogniciones relevantes e irrelevantes.

- Las cogniciones son irrelevantes si no tienen nada que ver entre sí. Por ejemplo, el conocimiento de que fumar perjudica la salud es irrelevante para el convencimiento de que es útil saber idiomas.
- Las relaciones relevantes entre cogniciones, a su vez, pueden ser consonantes o disonantes:
 - Dos cogniciones son consonantes si, consideradas aisladamente, de una de ellas se deduciría la existencia de la otra.
 - Dos cogniciones son disonantes, si esos dos elementos no concuerdan.

En este último caso, puede tratarse de elementos contradictorios o incoherentes. Saber que fumar es perjudicial es consonante con no fumar y disonante con persistir en esa conducta. Formulando formalmente, x e y son disonantes si no siempre se sigue x de y .

Fuente: Festinger (1957; 1975, p. 29).

La disonancia puede surgir por múltiples causas. Una de ellas es la inconsistencia lógica entre creencias porque son contradictorias. Por ejemplo, si una persona cree que el mundo ha sido creado según se describe en la Biblia y, por otra parte, descubre la verdad de las teorías de la evolución. Otra causa frecuente de disonancia tiene su origen en convencionalismos sociales. Ese sería el caso de una persona que asiste con ropa inadecuada a una recepción en la que se exige traje de gala. Dado que su conducta no es consonante con lo que la cultura ha determinado como conveniente en esa situación, es fácil que experimente disonancia. Asimismo, cada vez que una persona actúa en contra de actitudes previas lo común es que experimente disonancia. Pero la disonancia también puede aparecer porque se actúa en contra de una actitud concreta que está incluida en una actitud más general. Por ejemplo, si una persona es ecologista y no recicla los desperdicios.

Por lo que se refiere a las relaciones entre disonancia y cultura, véase el Cuadro 19.4.

Cuadro 19.4: Relaciones entre cultura y disonancia.

Debido a las características de la disonancia, es importante tener en cuenta que dos elementos concretos pueden ser disonantes para una persona por los conocimientos que posee, por su cultura o su experiencia, y, en cambio, no ser disonantes para otra.

Se sabe que, en general, tras realizar una elección, la persona se siente motivada a reducir la disonancia que experimenta por rechazar algo que le resulta atractivo. Una forma de reducción de la disonancia consiste en pasar a valorar más lo que se ha elegido. Esta nueva valoración ayuda a justificar la elección realizada. Un estudio realizado en Vancouver comparó precisamente el grado de disonancia de estudiantes canadienses y japoneses, después de elegir entre dos alternativas igualmente atractivas (Heine y Lehman, 1997). En este experimento, los participantes japoneses, en contra de lo esperado, no valoraron más la alternativa elegida, resultado que se interpreta como prueba de que no experimentaron disonancia en la misma situación en la que los participantes canadienses sí la experimentaban.

Continúa

Según la revisión realizada por Girandola (2000, citado en Páez, 2003, p. 390), resultados similares se han encontrado en otros países colectivistas. Estos estudios han llevado a concluir que las personas de culturas colectivistas no valoran tanto la consistencia como las de culturas individualistas, o se sienten menos responsables de su conducta.

Esto es algo que ya había señalado Festinger (1957; 1975, p. 30): “La disonancia existe porque la cultura define lo que es consonante y lo que no lo es”. Por lo tanto habrá culturas o grupos sociales para los que no sean disonantes creencias que sí lo son para otros.

Pero eso no quiere decir que en las culturas colectivistas la disonancia no exista, sólo que no aparece en las mismas situaciones. De hecho, otros muchos estudios han demostrado que la experiencia de disonancia también aparece en los japoneses y que no se limita a las sociedades occidentales (Sakai, 1999; Sakai y Andow, 1980).

Magnitud de la disonancia

La magnitud de la disonancia o, lo que es lo mismo, el mayor o menor grado de malestar psicológico depende de la relación entre diferentes cogniciones. Que esa relación entre elementos de conocimiento sea más o menos disonante va a depender, fundamentalmente, de dos factores: (a) la proporción de cogniciones disonantes en relación con las cogniciones consonantes, y (b) la importancia de cada una de esas cogniciones para la persona.

Formalmente, esta relación entre elementos relevantes disonantes o consonantes se ha formulado como sigue:

La magnitud total de la disonancia es una función del número de cogniciones disonantes dividido por el resultado de sumar el número de cogniciones consonantes más el número de cogniciones disonantes.

Esta función se conoce como *razón de disonancia (D)* y se corresponde con la siguiente anotación matemática:

$$D = Cd/Cc + Cd$$

donde Cd se refiere a cogniciones disonantes y Cc a cogniciones consonantes con la representación de la conducta que provoca la disonancia.

Si se tiene en cuenta que la disonancia o consonancia entre elementos aumenta según crece la importancia de estos elementos, en esta medida de la razón de disonancia habría que ponderar la importancia de todos los elementos que la componen.

Aplicando la razón de disonancia se puede deducir que, manteniendo constantes el número de cogniciones consonantes y su importancia, al aumentar el número e importancia de las cogniciones disonantes la disonancia aumenta. Del mismo modo, manteniendo constantes la importancia y número de cogniciones disonantes, el aumento de las cogniciones consonantes y de su importancia contribuirá a la reducción de la disonancia

19.3 Reducción de la disonancia

Como ya se ha mencionado, una vez que ha aparecido la disonancia, la persona intentará mitigarla para recuperar el bienestar psicológico. La motivación para reducir la disonancia depende de la intensidad con la que se manifieste. Cuanto mayor sea el malestar psicológico, mayor será el empeño en disminuir esa incomodidad. Puesto que la magnitud de la disonancia depende de la proporción de elementos disonantes y consonantes y de su importancia, lógicamente los cambios en algunos de estos componentes pueden contribuir a disminuirla. Dependiendo del contexto en el que se ha producido la disonancia, será más o menos fácil el cambio de uno u otro elemento.

En general, la disonancia se puede reducir:

- (a) Eliminando cogniciones disonantes.
- (b) Añadiendo cogniciones consonantes.
- (c) Reduciendo la importancia de las cogniciones disonantes.
- (d) Aumentando la importancia de las cogniciones consonantes (Harmon-Jones y Mills, 1999).

Entre todas las alternativas posibles, se elegirá aquella que reduzca de la forma más fácil y eficaz la disonancia.

Cuadro 19.5: Disonancia, deshumanización y justificación de la guerra.

La propaganda bélica intenta que, cuando un país destruye a otro, los miembros del primero (el país agresor) se revista de “impunidad psicológica”. La disonancia y su reducción juegan un papel crucial en este proceso.

Disonancia:

Surge entre estas dos cogniciones:

- Mi país y yo somos decentes, justos y razonables.
- Mi país y yo hemos dañado a personas inocentes.



Reducción de la disonancia:

Existen varias formas de conseguirla.

La primera y más directa sería negar el daño que se ha causado. Pero muchas veces esto no es posible. Entonces, la forma más habitual es:

- Negar la humanidad de las víctimas: deshumanización, convencerse de que son infrahumanas, exagerar su culpabilidad y convencerse de que merecían ese trato.

La deshumanización consigue resolver cualquier disonancia que pueda despertar la crueldad hacia los enemigos.

Fuente: Pratkanis y Aronson (1992; 1994, p. 63-64).

Que cambien unos elementos u otros depende de la resistencia al cambio de cada uno de ellos. El factor más importante para la resistencia al cambio es que la cognición se corresponda con la realidad. Sería muy difícil modificar creencias que surgen de la evidencia. Por ejemplo, si se ha llevado a cabo determinada conducta, pongamos por caso, conducir a más velocidad de la permitida, es prácticamente imposible negar ese hecho. Del mismo modo, también puede haber una fuerte resistencia al cambio de elementos cognitivos relacionados con el ambiente cuando la realidad es clara e inequívoca. Difícilmente se puede modificar una cognición que se refiera a la existencia, por ejemplo, de una señal de límite de velocidad visible en una carretera.

Pero muchas veces la realidad no es una verdad clara, sino que se trata de algún asunto establecido socialmente, es decir, por común acuerdo con otras personas. En ese tipo de situaciones, encontrar a otros que apoyen las nuevas cogniciones puede ser una forma de reducir la disonancia. Imaginemos, por ejemplo, que una persona deja de creer en las consignas del líder de su partido y modifica sus convicciones respecto a la capacitación de ese individuo para ejercer su

puesto. Si encuentra otros miembros del partido que apoyen ese cambio en sus opiniones sobre el líder, le será más fácil reducir la disonancia producida por haber cambiado su actitud.

Si la disonancia se produce por realizar una conducta contraria a la actitud, modificar esa conducta sería la forma más eficaz de reducir la disonancia. No obstante, hay algunas circunstancias que dificultan el cambio de acciones. Entre estas circunstancias, Festinger destaca las tres que se presentan en el Cuadro 19.6.

Cuadro 19.6: *Tres situaciones que provocan disonancia y en las que es difícil o imposible el cambio de la acción.*

1. Modificar la acción genera algún tipo de pérdida

Ejemplo: el empleado de una empresa que realiza un exceso de llamadas telefónicas privadas. La disonancia surge de su conciencia de cometer una acción poco ética que puede costarle el empleo y de su constatación de que se está beneficiando y ahorrando una fuerte suma de dinero. En un caso así, la resistencia al cambio se explica por la magnitud de la pérdida que dicho cambio provocaría.

2. La conducta es muy satisfactoria, y lo sería plenamente de no ser por la disonancia

Un ejemplo sería el de un ludópata que obtiene una gran satisfacción cuando la conducta está presente, aunque le provoque disonancia tener que afrontar las consecuencias que le acarrea el juego.

3. El cambio es imposible

En algunos casos la persona es incapaz de cambiar:

- porque la nueva conducta no está en su repertorio de habilidades.
- porque no está bajo su control voluntario.
- porque no puede cambiar una conducta ya realizada e irrevocable (una sanción por exceso de velocidad)

19.4 Modelos de investigación sobre disonancia

Las hipótesis derivadas de la teoría han sido probadas en múltiples experimentos y se han ido perfilando una serie de procedimientos de investigación, que habitualmente se denominan *paradigmas*, y que se utilizan, dependiendo de los objetivos del estudio, en distintos contextos en los que típicamente se produce disonancia:

- (a) Después de tomar una decisión (*paradigma de la libre elección*).
- (b) Después de actuar en contra de las creencias y actitudes (*paradigma de la complacencia inducida*).
- (c) Después de exponerse a información inconsistente con las creencias (*paradigma de la desconfirmación de creencias*).
- (d) Después de realizar conductas que requieren esfuerzo (*paradigma de la justificación del esfuerzo*).

Todos estos paradigmas se han utilizado en muchas investigaciones, lo que ha contribuido a fortalecer y enriquecer el desarrollo y la aplicación de la teoría (Harmon-Jones y Mills, 1999).

Disonancia después de una decisión. El paradigma de la libre elección

Antes de tomar una decisión, sobre todo si esta es importante, existe un conflicto, ya que se manejan las ventajas e inconvenientes de cada una de las posibles actuaciones. Elegir entre dos objetos o dos formas de proceder implica renunciar a las otras alternativas y a los aspectos positivos o beneficios que se podrían obtener de ellas. Una vez que se adopta la decisión se resuelve el conflicto, pero en ese momento surge la disonancia.

La explicación de que se produzca disonancia después de elegir entre dos alternativas, que tienen ambos aspectos positivos y negativos, es que en la mente permanecen tanto los aspectos positivos de la alternativa rechazada como las cogniciones correspondientes a los elementos negativos de la alternativa elegida. Ambos tipos de cogniciones son disonantes con la acción de elegir esa alternativa. La presión para reducir esa disonancia motiva a la persona a racionalizar y justificar la decisión que se ha tomado.

Imaginemos una persona que tiene que elegir entre dos trabajos: A y B. En el trabajo A le ofrecen mucho mejor sueldo, pero tiene el inconveniente de un horario más prolongado. Por otra parte, el puesto en el trabajo B es de mayor prestigio social, aunque está situado más lejos del domicilio que el A, lo que exige mucho tiempo en el desplazamiento. La persona vive el conflicto de tener que elegir, ya que valora lo positivo y lo negativo de ambos trabajos, hasta que finalmente toma la decisión y opta por el puesto B. En ese momento, las siguientes cogniciones son disonantes con su conducta de elección: mejor sueldo en el otro empleo, mucho tiempo en el desplazamiento al puesto de trabajo.

Después de una conducta de elección, la magnitud de la disonancia depende

- Lo importante que sea la decisión, ya que las decisiones más importantes son las más difíciles y provocan mayor disonancia.
- El atractivo relativo de la alternativa rechazada y de la elegida.
- El grado de similitud entre las alternativas posibles, puesto que si se piensa que la diferencia entre una u otra actuación no es muy grande no se producirá disonancia.

Consecuentemente, la disonancia post decisión se puede reducir mediante alguno de los siguientes mecanismos propuestos por Festinger (1957) y que se presentan en el Cuadro 19.7.

Cuadro 19.7: Principales mecanismos de reducción de la disonancia postdecisión.

Modificar la decisión

En el ejemplo anterior del texto (elección entre los dos trabajos), consistiría en cambiar la decisión y optar por el trabajo A.

Sin embargo, sustituir una decisión por otra no reduce fácilmente la disonancia, ya que, en este caso, se modificarían los elementos consonantes y disonantes, pero seguirían estando presentes los aspectos positivos de la alternativa rechazada y los aspectos negativos de la elegida.

Restar importancia a la decisión tomada

Es decir, trivializar esa conducta.

Considerar que ambas alternativas conducen a un mismo resultado final

No habría, entonces, diferencias cualitativas entre una u otra decisión.

Cambiar el atractivo de las alternativas

Es la estrategia más utilizada para reducir la disonancia post-decisoria, y consiste en un aumento de la proporción de elementos consonantes con la elección. Esto se consigue:

- Eliminando algunos de los elementos desfavorables de la alternativa elegida, y algunos de los elementos favorables de la alternativa rechazada (ejemplo: dejar de considerar que el empleo B está lejos de su casa).
- Aumentado la importancia de los elementos consonantes con la elección y disminuyendo la importancia de los elementos disonantes (ejemplo: quitarle importancia al tiempo que pierde en el desplazamiento añadiendo una nueva cognición, como podría ser que va a dedicar ese tiempo a estudiar inglés en el transporte).
- Aumentando el número de elementos consonantes con la decisión (ejemplo: empezar a pensar que los compañeros en el nuevo empleo son excelentes).

En algunas ocasiones la persona puede sentir que se ha equivocado y que si pudiera volver a elegir lo haría de modo diferente. En esas situaciones, es posible que reduzca la disonancia

revocando su decisión psicológicamente, es decir, admitiendo que se ha equivocado pero justificando su acción, por ejemplo, eludiendo su responsabilidad sobre la decisión y convenciéndose de que se ha visto obligada por las circunstancias.

Experimento de Brehm (1956)

Este estudio probó los supuestos de la Teoría de la disonancia cognitiva en situaciones de elección en un experimento que ha servido de paradigma metodológico para posteriores estudios (por ejemplo Johnson y Rusbult, 1989; Shultz y Lepper, 1996; Steele, Spencer, y Lynch, 1993; Stone, 1999).

El objetivo de este estudio pionero era medir el cambio del atractivo de dos objetos después de su elección o rechazo. Con este fin, Brehm simuló que estaba realizando una investigación de mercado y pidió a un grupo de alumnas que evaluaran el atractivo de ocho pequeños electrodomésticos y que señalaran, en una escala, el grado en que le resultaban deseables.

La muestra se dividió en un grupo control, y dos grupos experimentales: alta disonancia (elección difícil) y baja disonancia (elección fácil). En la condición de alta disonancia, como obsequio por su colaboración en el estudio, a las participantes se les daba a elegir entre dos electrodomésticos que habían sido evaluados por ellas de forma muy similar y muy positiva, lo que implicaba alta valoración de la alternativa rechazada y, por lo tanto, disonancia postdecisión. En la condición de baja disonancia debían elegir entre un producto bien valorado y otro de baja valoración, por lo que no se esperaba disonancia, ya que la alternativa rechazada no era bien evaluada. El grupo control recibió como obsequio el producto mejor evaluado sin que tuviera que elegir. Después de un lapso de tiempo en el que se les pedía que leyeran unos informes, tenían que volver a evaluar los productos.

El cambio total observado se midió teniendo en cuenta la diferencia entre la primera y la segunda puntuación de los electrodomésticos, tanto del producto elegido como del rechazado. El grupo control no cambió su valoración de los productos. Los otros dos grupos valoraron más positivamente el producto elegido y peor el rechazado en relación con la primera evaluación. No obstante, el cambio neto en la valoración fue mayor en la condición de difícil elección, es decir, la de alta disonancia.

La interpretación del autor es que, debido a la necesidad de reducir la disonancia, en comparación con el grupo de fácil elección, las estudiantes para las que fue difícil elegir exageraron las diferencias en valoración entre el producto elegido y el rechazado.

Experimento de Ehrlich, Guttman, Schönbach y Mills (1957)¹

En este estudio, se entrevistó a propietarios de automóviles recién comprados y a propietarios de coches con más de tres años de antigüedad.

Se formularon tres hipótesis:

- Los nuevos propietarios de automóviles leerán más anuncios sobre el coche que han comprado que sobre otros.
- Los nuevos propietarios de automóviles evitarán leer anuncios del coche que dudaron si comprar y que no compraron.
- Los propietarios de automóviles con varios años no mostrarán diferencias en la lectura de anuncios.

¹ Citado en Festinger 1957; 1975, p. 73-79). Se trata de un estudio de campo para comprobar si la disonancia post decisión impulsaba a adquirir más conocimiento consonante con la acción llevada a cabo y a evitar la información disonante con esa acción. Adquirir un nuevo coche es una decisión importante y lo normal es que los compradores se informen previamente de las características de diferentes marcas.

Se obtuvieron los siguientes resultados:

- Los nuevos propietarios leyeron más los anuncios sobre su coche que sobre los de otras marcas, y su atención a los anuncios del propio coche era superior a la de los propietarios de vehículos ya usados (primera hipótesis).
- En el grupo de propietarios de coches antiguos no se observaron diferencias entre la lectura de anuncios del propio coche y la de otras marcas (tercera hipótesis).
- Los nuevos propietarios de automóviles leían ligeramente más anuncios de las marcas que habían considerado para comprar y desestimaban los anuncios de otras marcas no tenidas en cuenta en su decisión. Por lo tanto, no se puede decir que evitaran esos anuncios y es preferible concluir que la segunda hipótesis se confirmó sólo de manera parcial.

Una posible explicación de la confirmación parcial de la segunda hipótesis es que en el periodo anterior a la decisión de compra los nuevos propietarios se habían habituado a fijar su atención en esas marcas y, en general, en los anuncios de coches, ya que, tendían a leer más anuncios de coches que los propietarios de coches ya usados.

Un dato interesante para las predicciones de la teoría es que se observó una tendencia en los propietarios de coches ya usados a negar que en su momento tuvieran en cuenta otras marcas diferentes a la que habían adquirido. En la misma línea, se observó que los nuevos propietarios tendían a nombrar muy pocas alternativas entre las que hubieran dudado. La explicación es que las características deseables de las marcas rechazadas son elementos disonantes que trataban de olvidar, ya que cuantas más alternativas rechazadas recordaran, mayor sería la disonancia.

Conducta contraactitudinal. El paradigma de la complacencia inducida

En muchas ocasiones las personas realizan conductas opuestas a sus actitudes o manifiestan ante los demás algo en lo que no creen. Se trata de circunstancias en las que es común que se produzca disonancia y la consiguiente motivación para reducirla. Desde los supuestos básicos de la teoría, el razonamiento es que de la actitud o creencia previa no se podría deducir que se realizara ese comportamiento disonante con la actitud. La discrepancia entre creencias o actitudes y la conducta con frecuencia se debe a algún tipo de coacción externa. Por ejemplo, un empleado que está en contra de hacer horas extraordinarias puede acceder a quedarse después del horario laboral porque se lo pide su jefe. En ese caso, existe una condescendencia (o complacencia) pública que no surge de un cambio privado en las opiniones. La condescendencia forzosa se produce en muchas ocasiones ante la amenaza de un castigo si no se realiza una acción, o ante el ofrecimiento de un premio si se cumple con ese requerimiento.

Una vez que se ha consentido en realizar ese tipo de conducta, el comportamiento público y la actitud privada son contradictorios. Por lo tanto, los elementos cognitivos que se corresponden con la conducta externa y los elementos cognitivos referentes a la creencia o actitud interna son disonantes entre sí, ya que, en este caso, de la conducta pública no se sigue la existencia de la actitud interna. En el ejemplo anterior, no se puede deducir de la conducta de quedarse a hacer horas extraordinarias que se esté en contra de esta práctica.

La magnitud de la disonancia producida por la condescendencia inducida dependerá de la *razón de disonancia*, es decir de la proporción de elementos disonantes y consonantes, así como de la importancia de dichos elementos. A mayor proporción e importancia de los elementos disonantes, mayor disonancia. Véase el Cuadro 19.8.

Cuadro 19.8: *Existencia y magnitud de la disonancia en la condescendencia inducida.***Situación en que la conducta se realiza porque se espera un premio o porque se intenta evitar un castigo**

Existen elementos consonantes con la conducta externa y los refuerzos asociados (obtención de un beneficio, evitación de un castigo). Estos elementos sirven como justificación de la conducta. No hay disonancia

Ejemplo: a una persona se le ofrece doblarle el sueldo por apoyar públicamente una política de la empresa con la que no está de acuerdo o se le amenaza con el despido si no lo hace. Podría aparecer una ligera disonancia cuando accede, pero esa disonancia desaparece bajo el efecto de un elemento muy importante (aumento de salario, miedo de irse al paro) que es consonante con la conducta pública de acceder.

Es comprensible que, cuanto mayor sea el premio o el castigo, menor será la disonancia, puesto que la justificación es mayor. En cambio, a medida que la amenaza de castigo o el premio disminuye, la disonancia aumentará.

El máximo de disonancia se producirá en la situación en que el premio o el castigo es muy bajo, es decir, cuando es el mínimo imprescindible para que la persona se deje convencer y acceda a realizar una conducta contraria a su actitud.

Situación en que la conducta no se realiza porque la persona no acepta la recompensa o resiste ante la amenaza del castigo

Hay disonancia. Esta disonancia no se da entre actitud privada y conducta externa, sino que surge de la conciencia de haber rechazado un premio o de consentir en ser castigado.

Es una situación de disonancia postdecisoria como la que se ha visto en el apartado anterior.

En otras palabras, el comportamiento de no condescendencia es disonante con el premio o con el castigo. Si, en el ejemplo anterior, el empleado se negara a complacer la demanda de la empresa, dado que tanto el premio como el castigo eran muy elevados, aparecería una fuerte disonancia post decisión.

Experimento de Festinger y Carlsmith (1959)

Es el más emblemático para probar la disonancia producida por condescender y realizar una conducta contraria a la actitud, sirviendo de prototipo del *paradigma de la complacencia inducida*. Para medir la variable dependiente, en este experimento se utilizó un procedimiento muy común en la investigación sobre cambio de actitudes denominado *diseño de sólo después* (Mills, 1999). Este procedimiento consiste en que, en lugar de tomar una medida de la actitud anterior a la manipulación experimental, el cambio de actitud se mide comparando la medida de cada una de las condiciones experimentales entre sí y con la medida del grupo control.

Para comprobar la hipótesis de que cuanto menor es el incentivo por hacer o decir algo contrario a la actitud mayor es el cambio actitudinal posterior, estos autores compararon a un grupo control con dos grupos experimentales, en los que indujeron disonancia entre sus actitudes y la conducta que aceptaron realizar. A uno de los grupos experimentales se le ofreció un incentivo alto que le permitía justificar su conducta contraactitudinal. En el otro grupo el incentivo fue muy bajo y, por lo tanto, no les servía de justificación.

Con la excusa de que estaban efectuando un experimento, Festinger y Carlsmith (1959) pedían a todos los participantes que realizaran durante una hora tareas muy aburridas como, por ejemplo, mover clavijas situadas en un tablero. Transcurrido ese tiempo, el experimentador le pedía a cada una de las personas que estaban asignadas a los grupos experimentales que le ayudaran a continuar con el estudio, en sustitución de su ayudante que estaba ausente. Se les comunicaba que en el estudio subsiguiente había dos grupos, uno al que previamente se le decía que la tarea a realizar era divertida y otro grupo, al que ellos pertenecían, que realizaban la tarea sin ese conocimiento inicial. El experimentador seguía explicando a los participantes que su cometido consistía en convencer a los estudiantes, que estaban fuera esperando para realizar el experimento, de que la tarea a realizar era algo apasionante por lo que valía la pena pasar largo tiempo en el laboratorio.

A los participantes asignados al grupo de bajo incentivo se les ofrecía un dólar por su colaboración. A los asignados al grupo de alto incentivo se les ofrecían 20 dólares. El grupo control no

tenía que prestar ayuda al experimentador. Finalmente, se pedía a los participantes que evaluaran la tarea que habían realizado. Los resultados mostraron mejores actitudes hacia la tarea de los participantes que habían recibido sólo un dólar por ayudar al experimentador respecto al grupo de mayor incentivo y el control. El grupo de bajo incentivo calificó la tarea como más divertida que aquellos que recibieron 20 dólares o que el grupo control. Estos dos últimos grupos coincidieron en mostrar una actitud de desagrado hacia la tarea experimental a la que tacharon de aburrida.

Por tanto, y en contra de la idea habitual de que cuanto mayor sea una recompensa mayor será el cambio de actitud, la Teoría de la disonancia cognitiva pronostica un *efecto negativo del incentivo*. La explicación de este hecho radica en la mayor disonancia experimentada cuando no hay una causa externa que justifique el comportamiento contraactitudinal. El grupo que había recibido 20 dólares tenía una razón externa para justificar su conducta, y esto les servía como argumento para evitar la disonancia. Recibir solamente un dólar era una razón insuficiente para justificar el haber ayudado a “engañar” a otros compañeros sobre la naturaleza de la tarea, así que los participantes que pasaron por esta situación experimentaron disonancia después de hacerlo y cambiaron su actitud para reducirla.

Una metodología muy utilizada en los experimentos que se pueden clasificar dentro de este mismo paradigma ha consistido en pedir a los participantes que escriban un alegato en el que manifiesten ideas opuestas a sus actitudes. Uno de los primeros investigadores que utilizó el *paradigma del escrito contraactitudinal* fue Cohen (1962).

Experimento de Cohen (1962)

Después de unos disturbios ocurridos en la Universidad de Yale en los que la policía había reprimido a los estudiantes, este investigador pidió a alumnos de esa universidad que escribieran un ensayo a favor de la intervención de la policía. La condena de esa acción policial por parte de los participantes en el experimento era unánime.

Dependiendo de la condición experimental, se ofrecieron a los estudiantes cantidades que oscilaban entre 0,50 y 10 dólares. Los resultados confirmaron las hipótesis derivadas de la Teoría de la disonancia cognitiva. Después de escribir el ensayo, los estudiantes que recibieron menos dinero cambiaron su actitud haciéndola más favorable a la intervención de la policía. Este resultado ratificó que, cuanto mayor era el refuerzo, menor era el cambio.

Cuando en vez de ofrecer recompensas, se amenaza con castigos si se realiza una conducta, también funciona un mecanismo de racionalización, de forma que cuanto mayor sea el castigo menor será el cambio de actitud. La persona cree que cambia la conducta porque existe la amenaza de castigo, por lo que el cambio no lleva aparejado un cambio de actitud, ya que puede justificar la nueva conducta por la amenaza.

Experimento de Aronson y Carlsmith (1963)

Estos autores utilizaron una variante del paradigma de la complacencia inducida en que sustituyeron el refuerzo por castigo: *el paradigma del juguete prohibido*.

En este estudio, a un grupo de niños le prohibieron jugar con unos juguetes muy atractivos bajo la amenaza de un fuerte castigo, aunque se les permitía jugar con el resto de los juguetes presentes en una sala. A otro grupo se le planteó la misma situación, pero se le anunciaba un castigo muy leve. Posteriormente, el grupo al que se le había anunciado un castigo fuerte mostró más atracción por los juguetes prohibidos que el otro grupo.

La explicación es que el grupo de castigo leve cambió de actitud porque, al no utilizar los juguetes atractivos, el proceso de reducción de la disonancia les había llevado a creer que realmente no les gustaban tanto, mientras que el grupo de fuerte castigo justificó su conducta por esa amenaza.

Experimento de Freedman (1965)

Este autor siguió el procedimiento del experimento anterior y obtuvo la misma pauta de resultados. Comprobó, además, que eran duraderos. De hecho, varias semanas más tarde, un experimentador diferente llevó a los niños a una sala donde estaban los mismos juguetes y les explicó que podían jugar con cualquiera de ellos. Los niños de la condición de amenaza severa jugaron con el juguete prohibido, mientras que los que habían sido amenazados con un castigo leve no le prestaron atención. Los niños que se habían abstenido de jugar con ese juguete sin miedo a un fuerte castigo se habían convencido a sí mismos de que realmente no les gustaba.

Los resultados obtenidos a partir de los experimentos con el paradigma de la complacencia inducida en sus diferentes variantes son aplicables a muchos contextos en diversos campos de la intervención psicológica. Las conclusiones a las que se llega son que:

- Después del consentimiento forzoso, si se produce disonancia, se pueden cambiar las creencias íntimas para que el malestar psicológico pueda desaparecer.
- Además, se puede predecir que el cambio en la opinión privada tiene mayor probabilidad de ocurrir cuando el castigo o el premio son pequeños que cuando son grandes.

En consecuencia, si se pretende obtener no sólo un cambio en la conducta externa, sino también una modificación de las actitudes privadas, es necesario ofrecer nada más que el premio o castigo mínimo para conseguir el consentimiento público. Véase una ampliación de esta conclusión en el Cuadro 19.9.

Cuadro 19.9: *El efecto de los refuerzos en la educación.*

Para que una persona se sienta artífice de su propia conducta y actúe de forma consistente, es preciso que crea que la ha realizado libremente, sin coacciones externas.

Los resultados del paradigma de la complacencia inducida muestran que el incentivo o el castigo no favorecen el cambio de actitudes. La razón es que las recompensas y los castigos o amenazas sirven de autojustificación de la realización, o no realización, de una conducta.

A la vista de las aportaciones de la Teoría de la disonancia, el educador debe plantearse cómo y cuándo serán útiles los refuerzos con los alumnos. Las recompensas, las amenazas o la imposición autoritaria para que se realice una tarea consiguen sólo cambios momentáneos, pero no persistentes, ya que llevan a las personas a atribuir su conducta a una presión externa, en lugar de a una motivación intrínseca (espontánea).

Revisión sobre la relación entre recompensas o castigos y rendimiento

- Las recompensas inesperadas, generales y no contingentes con la realización de la tarea no afectan negativamente a la motivación intrínseca.
- Las recompensas materiales esperadas afectan negativamente a la puesta en práctica de una conducta, mientras que las recompensas sociales, por ejemplo los elogios no exagerados, no tienen consecuencias negativas.
- Las recompensas materiales disminuyen el rendimiento en tareas interesantes, para las que ya existe una motivación intrínseca.
- Las recompensas materiales pueden ser útiles para incrementar la realización de tareas aburridas. Por ejemplo, para conseguir el hábito de estudio de una materia que no le gusta al alumno, la recompensa material sería válida, siempre que se sustituyera cuanto antes por recompensas sociales.

Fuente: Páez (2003, p. 399-401).

Cuestión de fe. El paradigma de la desconfirmación de creencias

¿Qué sucede cuando una persona recibe información que es incompatible con sus creencias? Esta es una de las situaciones en las que típicamente emerge la disonancia, la cual se puede reducir mediante los siguientes mecanismos:

- Mediante el cambio de las creencias.
- Distorsionando la información, de forma que se interprete de forma diferente a su contenido real.
- Mediante el rechazo o refutación de dicha información.
- Buscando apoyo de otras personas que compartan esas creencias (Harmon-Jones y Mills, 1999).

Estudio de Festinger, Riecken y Schachter (1956)

Para comprobar cómo afecta a la disonancia que se desmientan creencias sostenidas públicamente, Festinger y dos de sus colaboradores se infiltraron en una pequeña secta fingiendo ser nuevos adeptos. Los seguidores de esta secta basaban sus creencias religiosas en los mensajes de unos seres espirituales procedentes del planeta Clarion, que su líder captaba cuando se encontraba en trance. Esperaban que una gran inundación terminaría con la Tierra, pero que ellos serían recogidos por unas naves que los llevarían a ese planeta. Su convicción en el fin del mundo les llevó a retirarse de cualquier tipo de actividad que no fuera preparar la marcha, lo cual supuso grandes sacrificios e importantes enfrentamientos con sus familiares y amigos para defender sus creencias. Entre las características del grupo destacaba que, a pesar de tratarse de una secta, no hacían ningún tipo de proselitismo.

Estos investigadores estaban interesados en observar cómo reaccionaría este grupo cuando no se produjera la inundación ni la llegada de las naves extraterrestres, ya que se trataba de una situación inequívoca de desconfirmación de creencias. El día señalado, después de que no se cumpliera la profecía, la líder del grupo comunicó al resto que había recibido un mensaje en el que se les informaba que el mundo se había salvado gracias a la fe del grupo.

Una de las primeras reacciones que Festinger y sus colaboradores observaron fue que el grupo, que se caracterizaba por no propagar sus creencias, después de la desconfirmación pasó a una fase de proselitismo activo. La explicación de esta nueva pauta de comportamiento es la necesidad de justificar su conducta anterior y los sacrificios y compromisos que habían realizado públicamente. También conseguían de esta forma reafirmarse en sus creencias y tratar de convencer a los demás de que estaban en la verdad. En esta fase posterior al fracaso de la profecía se puso de manifiesto la importancia de la conducta grupal, ya que los miembros del grupo que estaban aislados no mantuvieron sus convicciones después de que fracasaran sus expectativas, mientras que los que estaban en compañía de otros miembros sí persistieron en ellas (Festinger, Riecken y Schachter, 1956).



El paradigma de la desconfirmación de creencias ha sido utilizado en dos experimentos por Burris, Harmon-Jones y Tarpley (1997), comprobando en una muestra de cristianos que la disonancia producida por la desconfirmación de creencias religiosas se podía reducir bien apelando a la trascendencia (Dios sabe lo que se hace cuando permite que sufra un inocente), bien intensificando su fe.

El Cuadro 19.10 se centra en el papel que juega la disonancia en la exposición de las personas a la información.

Cuadro 19.10: *Disonancia y exposición voluntaria e involuntaria a la información.*

Evitación o búsqueda de información

En muchas situaciones la presencia de disonancia lleva a la evitación de la información o a la búsqueda de nueva información, a veces de forma selectiva.

- Si hay poca o nula disonancia no habrá motivación especial para buscar o evitar un tipo determinado de información.
- Por el contrario, si la disonancia es considerable se buscará la información que aumente los elementos consonantes y se evitará aquella que introduzca elementos disonantes.

Exposición involuntaria a la información

La Teoría de la disonancia también plantea qué sucede cuando una persona se expone involuntariamente a cierta información que aumenta su disonancia. En general, cualquier fuente de información —persona o medio de comunicación— que no comparta nuestras creencias y opiniones puede generar disonancia.

¿Cómo reaccionan las personas cuando se ven enfrentadas a información que normalmente evitarían porque les produce disonancia? Además de los procedimientos normales para reducir la magnitud de la disonancia (ya expuestos en párrafos anteriores), es probable que se pongan en marcha procesos afectivos de abolición de la nueva información para impedir que se lleguen a establecer nuevas cogniciones disonantes. Las estrategias a utilizar son las siguientes:

- Distorsión perceptiva de su contenido.
- Negación de su veracidad.
- Invalidación del mensaje en su totalidad con alguna excusa.

Por esa razón, es muy difícil cambiar la opinión que ya existe si ésta es consonante con el comportamiento habitual o con un conjunto de actitudes y opiniones (Festinger, 1957).

En relación con estos mecanismos de selección de la información que confirma las creencias, hay abundante investigación sobre los efectos de los medios de comunicación que ponen de manifiesto cómo cada medio o programa atrae sólo al público afín a su ideología, y que consiguen poco impacto sobre las personas de diferente opinión, bien porque no se exponen a ese medio, bien porque niegan la veracidad de sus informaciones

Valoración de lo que es difícil de conseguir. El paradigma de la justificación del esfuerzo

Todos sabemos que cuando algo se consigue con gran esfuerzo, porque se ha invertido mucho, bien sea dinero o tiempo, o porque se ha logrado a costa de privaciones o sufrimiento, se valora mucho más que si ha resultado fácil. Hay que tener en cuenta que llevar a cabo cualquier acción no placentera siempre provoca disonancia. La explicación es sencilla: de la creencia de que una conducta es desagradable no se desprende que se realice, sino todo lo contrario. Con mucha frecuencia realizamos voluntariamente conductas poco satisfactorias, pero que nos llevan a un objetivo deseado, como emprender una dieta de adelgazamiento o iniciarse en aprender las habilidades necesarias para practicar un deporte difícil, como podría ser el golf. Cuanto mayor es el esfuerzo requerido mayor será la disonancia y mayor la necesidad de reducirla ya que, de acuerdo con las predicciones de la teoría, la magnitud de la disonancia depende de la importancia de los elementos, y si el esfuerzo aumenta la valoración de la conducta, también aumentará las posibilidades de experimentar disonancia.

La manera de reducir la disonancia producida por el esfuerzo es valorar mucho las consecuencias de la acción. Después de realizar una acción a costa de grandes sacrificios, cualquier

creencia que ponga en cuestión la utilidad de la conducta será disonante con haberla realizado. Por el contrario, serán consonantes las creencias que justifiquen esa acción, como pensar que vale la pena el esfuerzo si se tiene en cuenta lo que se ha conseguido.

Experimento de Aronson y Mills (1959)

Las participantes eran unas estudiantes que tenían que pasar por una situación de iniciación, de alto o bajo esfuerzo, para integrarse en un grupo de discusión. En la condición de alto esfuerzo, el proceso de iniciación de las estudiantes era bastante desagradable, mientras que en la condición de bajo esfuerzo las pruebas que tenían que pasar no eran costosas. Una vez integradas en el grupo, el desarrollo de las sesiones grupales se planificó para que fueran extremadamente aburridas. Cuando tuvieron que evaluar la satisfacción que les proporcionaba el haber pertenecido al grupo, las estudiantes que habían entrado en él con mayor sacrificio valoraron mucho más el interés de la discusión grupal que las estudiantes de la condición de bajo esfuerzo.

Otros estudios, realizados en situaciones muy diferentes, también han demostrado que lo que más cuesta más se valora y que, por lo tanto, el aumentar el esfuerzo puede ser un método eficaz para que se aprecie una meta concreta. Por ejemplo, Axsom y Cooper (1985) demostraron la utilidad de emplear el paradigma de la justificación del esfuerzo en terapias de adelgazamiento. En su estudio, manipularon la magnitud del esfuerzo que realizaban los participantes en grupos de terapia para adelgazar, mediante tareas cognitivas de mayor o menor complejidad; es decir, con conductas ajenas a la meta que trataban de conseguir mediante la terapia, que era la pérdida de peso. El grupo que fue asignado a la condición de alto esfuerzo no sólo perdió más peso que el grupo de bajo esfuerzo y el control al finalizar el tratamiento, sino que esas diferencias se agrandaron cuando se hicieron seguimientos seis meses y un año después.

19.5 Resumen

La disonancia es una experiencia de incomodidad psicológica, similar al hambre o la sed, que puede provocar ansiedad y alteraciones fisiológicas y que surge cuando existen elementos cognitivos inconsistentes. El núcleo de la Teoría de la disonancia se articula en torno a la relación de consonancia o disonancia entre elementos de conocimiento. Dos elementos de conocimiento que son importantes el uno para el otro pueden ser consonantes, cuando de uno de ellos se puede inferir la existencia del otro, o pueden ser disonantes, cuando son contradictorios entre sí. El grado de disonancia que una persona llega a experimentar es una función de la proporción de cogniciones disonantes en relación con las cogniciones consonantes y de la importancia que le concede a cada uno de esos elementos de conocimiento.

Una vez que ha aparecido la disonancia, existe una motivación en la persona que la orienta a reducir ese malestar. Básicamente, las estrategias de reducción de la disonancia consisten en aumentar el número de cogniciones consonantes, en disminuir el número de cogniciones disonantes, o en conseguir que los elementos disonantes sean menos importantes que los consonantes.

La Teoría de la disonancia cognitiva ha generado abundante investigación de laboratorio que ha permitido demostrar la importancia de la racionalización del conocimiento y de la justificación de la conducta, así como el cambio de actitud que sigue a una conducta para buscar la coherencia. Existen cuatro paradigmas de investigación clásicos que se han utilizado sistemáticamente provocando en el laboratorio las siguientes situaciones, en las que es común que aparezca la disonancia: después de elegir entre varias alternativas, cuando se realiza una conducta opuesta a la actitud, cuando se recibe información incompatible con las creencias o cuando hay que justificar el haber realizado un gran esfuerzo.

Términos de glosario

Disonancia cognitiva

Magnitud de la disonancia

Paradigma de la complacencia inducida

Paradigma de la desconfirmación de creencias

Paradigma de la justificación del esfuerzo

Paradigma de la libre elección

Razón de disonancia

Lecturas y otros recursos recomendados

Gómez-Berrocal, C. (1998). Disonancia cognitiva y pensamiento racional. En M. Moya (co-ord.), *Prácticas de Psicología social* (pp. 93-115). Madrid: UNED.

Se trata de una práctica que tiene como objetivo demostrar que la disonancia provocada por el hecho de fumar puede llevar a estrategias irracionales para poder justificar esa conducta. Esta práctica puede utilizarse por el profesional de la psicología como marco de trabajo en grupos, por ejemplo de adolescentes o de fumadores, para reflexionar sobre la conducta de fumar, cómo se adquiere y se justifica racionalizándola, lo que lleva aparejado el que se siga manteniendo una conducta tan nociva para la salud. También se podría adaptar al consumo de otro tipo de drogas.

Páez, D. (2003). Conducta y actitud: disonancia cognitiva, auto-observación y motivación intrínseca. Refuerzo en el aula. En D. Páez, I. Fernández, S. Ubillos y E. Zubieta, (coords.), *Psicología social, cultura y educación* (pp. 383-409). Madrid: Pearson.

En este capítulo sobre la influencia de la conducta en las actitudes se puede encontrar una revisión de las investigaciones que han estudiado la disonancia cognitiva en diferentes contextos culturales. Asimismo, se tratan ampliamente contenidos que vinculan el cambio de actitudes originado por procesos de disonancia cognitiva con la motivación intrínseca, aplicados a la educación.

Revisiones y nuevas aportaciones a la Teoría de la disonancia

Mercedes López Sáez

Objetivos

- Conocer las explicaciones teóricas alternativas que se han propuesto a los resultados obtenidos desde Teoría de la disonancia.
- Conocer las nuevas aportaciones y perspectivas que han contribuido al enriquecimiento de la teoría original.
- Identificar las diferencias y similitudes existentes entre las nuevas perspectivas de análisis de la disonancia.
- Comprender los distintos paradigmas de investigación utilizados en el análisis de la disonancia.

20.1 Introducción

A partir de su presentación en 1957 hasta comienzos de los 70 la Teoría de la disonancia cognitiva dominó el panorama de la producción científica de la Psicología social en general, y de la investigación sobre el cambio de actitudes en particular. Pocas teorías han suscitado tantos debates y reformulaciones. Por una parte, surgieron explicaciones alternativas a los fenómenos observados en los experimentos sobre la teoría, en las que se ponía en duda que la disonancia fuera un proceso motivacional responsable de los cambios de actitud encontrados. Por otra parte, prosperaron una serie de revisiones que puntualizaban las variables que eran importantes para explicar los efectos obtenidos en los experimentos. Se puede decir que cada una de estas revisiones contribuyó a fomentar el debate, lo que tuvo como consecuencia que se revitalizara en su dimensión teórica y metodológica la versión original.

Con el paso de los años, se ha reafirmado la formulación de Festinger de 1957, y actualmente los teóricos de la disonancia ya no ponen en duda los fundamentos de la teoría original: la disonancia

es un estado de malestar psicológico, que motiva cambios cognitivos para restaurar el bienestar. La controversia, que ha ayudado a hacer la teoría más precisa, se ha focalizado en la explicación de cuál es la causa fundamental que subyace a la disonancia, lo que implica, a su vez, diferentes modos de abordar la cuestión de su reducción. En las últimas décadas, desde esa aceptación de las bases de la teoría, han surgido nuevas sugerencias, proposiciones, puntualizaciones y ampliaciones que han contribuido a comprender mejor el fenómeno de la disonancia (Harmon-Jones y Mills, 1999).

Por ejemplo, se ha comprobado empíricamente que actuar de una manera que contradice las actitudes efectivamente provoca malestar psicológico, y no sólo cambio de actitud, al medir directamente ese malestar mediante una escala y, también, que el cambio de actitud sirve para aliviar ese malestar (Elliot y Devine, 1994). Igualmente, se ha constatado la mediación en el proceso de disonancia de variables de personalidad, concretamente que hay personas que experimentan ese malestar en mayor medida que otras, porque conceden más importancia a la coherencia (Cialdini, Trost y Newson, 1995). Asimismo, ha surgido el interés por abordar el fenómeno de la disonancia en relación con la conducta grupal (Cooper y Stone, 2000).

La mayoría de los modelos teóricos recientes describen el impacto que tiene el comportamiento que se ha realizado sobre las actitudes, aunque cada uno de ellos aporta matices peculiares, como el papel que juega que el yo se vea amenazado (Aronson 1968, 1999; Steele, 1988; Stone y Cooper, 2001) o el carácter funcional del fenómeno de la disonancia (Harmon-Jones y Harmon-Jones, 2002). Más recientemente ha surgido un nuevo campo de investigación que se ha interesado por la naturaleza de los procesos que subyacen a la disonancia: la *ambivalencia* (McGregor, Newby-Clark y Zanna, 1999) o la *naturaleza automática o deliberativa del proceso* (Gawronski y Strack, 2003).

20.2 Alternativas a los resultados basados en la Teoría de la disonancia

La polémica suscitada por las hipótesis derivadas de la Teoría de la disonancia y su comprobación empírica cristaliza básicamente en dos teorías, que aportan explicaciones diferentes de los resultados obtenidos en toda la experimentación originada a raíz de su publicación en 1957: la *Teoría de la autopercepción* (Bem, 1967, 1972) y la *teoría del manejo de la impresión* (Tedeschi, Schlenker y Bonoma, 1971).

La Teoría de la autopercepción



Daryl Bem
Cornell University, Nueva York

La Teoría de la autopercepción interpreta los efectos producidos por la disonancia como un proceso de atribución sobre la propia conducta, y no como un cambio de actitudes originado por la motivación para reducir el malestar psicológico (Bem, 1967, 1972).

El planteamiento teórico de este enfoque es que en las relaciones interpersonales se infieren las actitudes de una persona cualquiera a partir de la observación de su conducta y de los condicionantes del contexto.

El siguiente ejemplo puede servir para aclarar esta idea. Si una persona limpia una calle gratuitamente se deducirá que su actitud hacia la limpieza de la ciudad es muy positiva. Sin embargo, si la limpieza la realiza una persona que cobra por ese servicio, no se hará esa inferencia. Desde esta perspectiva se da un paso más y se presupone que las personas utilizan las claves de su propio comportamiento y de los condicionantes externos para inferir cuáles son sus propias actitudes. Es

decir, las inferencias respecto a sus propias actitudes no se diferencian de las que se realizan con respecto a las actitudes de las otras personas.

Bem aplica la lógica de este argumento al experimento de Festinger y Carlsmith (1959), —en el que se ofrecía un dólar o 20 por aceptar decir a otros estudiantes que la tarea era divertida— y llega a una conclusión muy diferente de la de los autores del experimento original. Según Bem, los participantes que recibieron 20 dólares atribuyeron su conducta de aceptación a la magnitud del incentivo, y no a que tuvieran una actitud positiva hacia la tarea. En la condición en que sólo recibieron un dólar, al no poder encontrar una causa externa de su conducta, se autoatribuyeron una actitud favorable hacia la tarea realizada. La propuesta de Bem, por tanto, es que se elimine la disonancia como factor explicativo.

Bem (1967) llevó a cabo varios estudios para replicar la investigación realizada desde la Teoría de la disonancia, si bien modificaba un aspecto esencial. En concreto, en los experimentos realizados por este autor los participantes tenían que inferir las actitudes de otros, no evaluar la suya propia, a partir de la información que se les daba sobre lo que había sucedido en diferentes experimentos de la Teoría de la disonancia. Por ejemplo, se les decía que la persona había aceptado un dólar o veinte. Bem (1967) utilizó este método de inferencia por observación, o heteroatribución, y se dedicó a recrear desde esta óptica particular diferentes paradigmas clásicos en la Teoría de la disonancia, como el de libre elección o el escrito contraactitudinal, expuestos con detalle en el capítulo anterior de este manual. Los resultados obtenidos en estas recreaciones fueron similares a los obtenidos por los investigadores que realizaron los experimentos originales desde la Teoría de la disonancia.

Por supuesto, los teóricos de la disonancia sometieron la Teoría de la autopercepción a fuertes críticas. Sus argumentos se centran, sobre todo, en el método por el que obtiene sus resultados. Cuando se analiza con detalle el procedimiento utilizado por Bem en sus experimentos, se advierte que los participantes desconocen la actitud inicial de las personas que observan, es decir, la actitud que estas personas tienen antes de realizar la conducta contraactitudinal. Por tanto, la experiencia de los participantes de Bem no es igual a la de los participantes en los experimentos originales de la Teoría de la disonancia, ya que estos últimos no son observadores, sino actores de su propia conducta (Olson y Stone, 2005). La controversia originada por esta explicación teórica sobre el origen de la disonancia quedó zanjada al analizar el papel que jugaba el *arousal* psicológico, y los autores clave fueron Zanna y Cooper.



Mark Zanna
Universidad de
Waterloo, Canadá

Experimento de Zanna y Cooper (1974)

El objetivo era demostrar que el cambio de actitudes observado en el paradigma de la complacencia inducida se debía a la motivación de reducir la activación producida por la disonancia, de acuerdo con los postulados de la teoría original, y no a una deducción cognitiva como proponía la Teoría de la autopercepción. Para provocar la disonancia se utilizó el paradigma del ensayo contraactitudinal (véase el experimento de Cohen, 1962, en el capítulo anterior). Se formaron tres grupos, y todos los participantes tenían que redactar el escrito. A dos de estos grupos se les dio una píldora placebo y, según la condición experimental, a uno de los grupos se les hizo creer que esa píldora producía ansiedad y al otro grupo que la píldora era relajante. Los resultados se compararon con el tercer grupo, que no tomó la píldora y se utilizó como control.

Cada uno de estos tres grupos se dividió, a su vez, en dos: alta libertad de elección y baja libertad de elección. A la mitad de los participantes se les permitía libertad respecto a la realización del escrito, mientras que a la otra mitad no se les dejaba esa posibilidad. Puesto que todos los participantes habían realizado una conducta contraactitudinal, se esperaba disonancia en todos los grupos, especialmente si se les había dejado libertad de elección. La hipótesis de Zanna y Cooper era que la píldora influiría en la interpretación del malestar producido por la disonancia, y en la necesidad de reducirla o no cambiando la actitud.

- Condición de control: se obtuvo el efecto clásico de la disonancia. Los participantes modificaban su actitud en dirección del escrito contraactitudinal de forma más acusada en el grupo de libre elección que en el que no elegía.
- En la condición en la que pensaban que la píldora tenía efectos relajantes, se encontró el mismo efecto de la disonancia que en el grupo control, incluso más acusado.
- Sin embargo, en la condición de atribución de malestar a la píldora no se encontraron cambios en las actitudes, ni diferencias entre los grupos de libre elección y sin elección.

¿Cómo se explican estos resultados? De acuerdo con los postulados de la Teoría de la disonancia, los participantes que encontraban una justificación a su malestar psicológico —una píldora excitante—, no tuvieron necesidad de cambiar su actitud. Por el contrario, los participantes que creían que la píldora era relajante percibían que su activación fisiológica se debía al malestar producido por haber realizado una conducta contraria a sus actitudes, y que ese malestar no se reducía ni siquiera después de haber tomado una pastilla relajante. Por eso, cambiaron su actitud incluso más que el grupo control.

La conclusión es, por tanto, que el cambio de actitudes observado en el paradigma de la complacencia inducida se debía a la motivación de reducir la activación producida por la disonancia, según los postulados de la teoría original, lo que permite descartar la deducción cognitiva propuesta por la Teoría de la autopercepción.

Investigaciones posteriores también han demostrado que la disonancia tiene un componente de activación fisiológica o *arousal*, y que los cambios cognitivos que se producen están asociados a esa activación y al malestar psicológico que provoca, por lo que no pueden predecirse estos cambios con las explicaciones esgrimidas desde la Teoría de la autopercepción (Elliot y Devine, 1994; Harmon-Jones, 2000; Harmon-Jones, Brehm, Greenberg, Simon y Nelson, 1996; Losch y Cacioppo, 1990).

Teoría del manejo de la impresión

Los cambios observados en los experimentos de la disonancia se pueden interpretar como algo fingido, es decir, como un cambio que no es real, sino más bien un intento de los participantes de causar una impresión favorable en los investigadores. Esta es la argumentación empleada por la *Teoría del manejo de la impresión* (Tedeschi, Schlenker y Bonoma, 1971). Según esta perspectiva, y a partir del supuesto de que la coherencia se valora mucho socialmente, cuando se les pide a los participantes que manifiesten su actitud, estos aparentan consistencia entre esa actitud y la conducta que han realizado, sin que de verdad haya un cambio real.

Las limitaciones de esta teoría han quedado en evidencia ante los datos aportados por otros investigadores que han tratado de contrastar sus hipótesis (Harmon-Jones y Mills, 1999; Joule y Azdia, 2003; Wicklund y Brehm, 1976). Actualmente, no se cuestiona que la disonancia sea una experiencia psicológicamente desagradable, que provoca sensaciones de inquietud y excitación y que motiva cambios en las cogniciones para recuperar el bienestar.

20.3 El New Look de la Teoría de la disonancia

Sin duda, la revisión más difundida de la Teoría de la disonancia ha sido el trabajo de Cooper y Fazio (1984), conocido como el *new look* (o *nuevo enfoque*) de la disonancia. Después de una revisión exhaustiva de los datos generados en más de veinticinco años de investigación, derivada del paradigma de la complacencia inducida, estos autores llegaron a la conclusión de que deben cumplirse dos condiciones para que se experimente disonancia cuando se ha llevado a cabo una conducta contraria a la actitud:

- que la persona crea que ha producido consecuencias aversivas con su acción.
- que la persona se considere responsable de haber realizado esa conducta, por lo que resulta imprescindible que se sienta libre para decidir si la lleva a cabo o no, ya que de otro modo podría justificar su comportamiento por la presión externa.

Pero además, según Cooper y Fazio (1984), la activación producida por la disonancia debe etiquetarse como negativa, es decir, debe experimentarse malestar psicológico, y atribuirse ese malestar al comportamiento realizado y no a otra causa, como podría ser el haber consumido un producto excitante.



Joel Cooper
Universidad de Princeton



Russel Fazio
Universidad del Estado de Ohio

Las puntualizaciones del *new look* han producido una fuerte controversia en los últimos años y, finalmente, se han rebatido, en parte, con nueva experimentación.

El propio Festinger (1999, p. 383), en el curso de un simposium de la *American Psychological Association* celebrado en 1987, se encargó de señalar algo que ya había quedado claro en la teoría original. En concreto, que si la persona se siente forzada a hacer algo opuesto a su actitud, y no tiene posibilidad de negarse, la presión resultante sería para ella una justificación suficiente de la conducta realizada. En consecuencia, no habría disonancia. Esto equivale a decir que se debe sentir libre para actuar.

En este sentido, poco o nada nuevo añadiría el *new look* a la formulación original de la teoría, aparte de constatar la importancia de la libertad de decisión sobre la conducta. Que la persona se sienta libre o no para realizar la conducta se considera una condición fundamental en cualquier situación en la que se trate de provocar disonancia. Por esa razón, es muy común que en los experimentos de disonancia se manipule la libertad de elección como variable moduladora. Así, se espera que se produzca más disonancia en los sujetos que se sienten plenamente libres de efectuar la conducta comparados con aquellos para los que ese grado de libertad no es tan manifiesto.

Respecto a las consecuencias aversivas de la conducta que provoca disonancia, numerosos trabajos más recientes, basados en distintos paradigmas experimentales, han puesto de manifiesto que no es una condición necesaria para que aparezca la disonancia (Aronson, 1999; Beauvois y Joule, 1999; Burris, Harmon-Jones y Tarpley, 1997; Harmon-Jones, 1999; 2000; Harmon-Jones y cols., 1996).

20.4 El papel del yo en la disonancia

La relación entre la disonancia cognitiva y el autoconcepto (o concepto de yo) ha sido objeto de estudio en algunas teorías que han analizado cómo las creencias sobre el yo o la autoestima influyen en la activación y en la reducción de la disonancia.

Teoría de la consistencia del yo

Una de las primeras revisiones de la Teoría de la disonancia fue sugerida por Elliot Aronson (1968, 1999), colaborador de Festinger y uno de los impulsores de esta teoría. Su aportación se basa en la *consistencia del yo* y, más concretamente, en la idea de que la disonancia se produce en aquellas situaciones en las que la persona realiza un comportamiento incoherente con la imagen que tiene de sí misma, es decir, cuando no es coherente con su autoconcepto. En palabras del mismo autor, hay que considerar que esta aportación no se puede entender como “...una importante modificación de la teoría, sino como un intento de estrechar un poco sus predicciones” (Aronson, 1999, p. 110).



Elliot Aronson
Universidad de California en Sta. Cruz

Según la *Teoría de la consistencia del yo*, los esfuerzos para reducir la disonancia implican un proceso de autojustificación porque, en la mayoría de los casos, las personas tienen un concepto positivo del yo. Por esa razón, experimentan disonancia después de realizar una conducta que les hace sentirse inmorales, necios, o confundidos. Según Aronson, en el experimento de Festinger y Carlsmith (1959), los sujetos experimentan disonancia porque se sienten inmorales después de haber engañado a sus compañeros. Ahora bien, de este planteamiento se sigue que las personas que se consideren mentirosas no tendrían por qué sentir disonancia en una situación como la del experimento de Festinger y Carlsmith, ya que su conducta no contradice su autoconcepto.

Estas hipótesis, basadas en la consistencia del yo, fueron probadas, entre otros estudios, por Aronson y Carlsmith (1962). En efecto, comprobaron que en algunas ocasiones los estudiantes manifestaban disonancia cuando tenían éxito en una tarea determinada. En concreto, este resultado se obtenía en personas que habían desarrollado unas expectativas negativas de sí mismas en relación con el desempeño en esa tarea.

Esta perspectiva, en torno a la importancia del autoconcepto para la comprensión de la disonancia, se ha enriquecido con una serie de experimentos en los que se inducen,

fundamentalmente, sentimientos de hipocresía para producir disonancia (Aronson, 1999; Aronson, Fried, Stone, 1991; Stone y cols., 1994).



Cuando una persona toma conciencia de que no hace lo que defiende con sus ideas (es hipócrita) experimenta disonancia.

El paradigma de la hipocresía

Dentro del marco de un programa para promover el uso de preservativos entre los jóvenes, y así prevenir el SIDA, Aronson, Fried y Stone (1991) realizan un conocido experimento. Su objetivo es ver cómo influye el tipo de conducta, que consiste en valorar públicamente (o no) la conducta proactivitudinal en una situación en que se hace consciente (o no) al participante de su hipocresía. Hay cuatro grupos experimentales, tal como muestra la Figura 20.1

Figura 20.1: Los cuatro grupos experimentales.



Fuente: Experimento de Aronson, Fried y Stone (1991).

Todos los participantes son estudiantes universitarios. La diferencia entre los grupos 1 y 2, así como entre los grupos 3 y 4, consiste en que a los participantes de los grupos 1 y 3 se les pide que elaboren un vídeo para intentar convencer a escolares de educación secundaria de la importancia de usar preservativos en sus relaciones sexuales (valoración pública de la conducta proactivitudinal). En cambio, en los grupos 2 y 4 sólo se pide a los participantes que enumeren argumentos sobre el uso de preservativos (ausencia de valoración pública de la conducta proactivitudinal).

La diferencia entre los grupos 1 y 3, así como entre los grupos 2 y 4, consiste en que en los dos primeros se induce una toma de conciencia relativa al uso personal de preservativos. En concreto, se hace caer en la cuenta a los participantes de los grupos 1 y 2 de que ellos no practican de forma rigurosa las medidas de prevención. Se les pide que citen situaciones concretas en las que no han utilizado preservativos. De ahí que estas dos condiciones se categoricen como “hipocresía“. En cambio, en los grupos 3 y 4 no se induce la toma de conciencia.

Los participantes de la condición de alta hipocresía, es decir, los que, además de elaborar el vídeo, son conscientes de su falta de prevención en varias situaciones concretas, experimentan mayor disonancia y muestran un mayor cambio a favor del uso de preservativos.

Un estudio posterior muy similar corroboró estos mismos resultados y añadió una nueva variable dependiente, esta vez conductual, además de la medida de actitud. A continuación del experimento, los estudiantes tuvieron la oportunidad de comprar preservativos con descuento. En la condición de alta hipocresía el porcentaje de adquisición fue del 83%, sensiblemente mayor que en las otras condiciones (Stone y cols., 1994).

Teoría de la autoafirmación



Claude Steele
Universidad de Stanford

Otra perspectiva que aborda el papel del autoconcepto en los procesos de disonancia es la *Teoría de la autoafirmación* (Steele, 1988). Desde este punto de vista, después de escribir un ensayo contraactitudinal, engañar a un compañero o realizar un esfuerzo considerable para estar en un grupo aburrido, las personas se sienten inmorales o estúpidas y necesitan hacer algo para restaurar su yo. Cambiar las actitudes puede ser uno de los mecanismos para volver a sentirse morales y competentes. En opinión de Steele (1988), la principal función de la reducción de la disonancia es restablecer la visión positiva del autoconcepto, no reducir la incoherencia. Por lo tanto, cualquier recurso que contribuya a restaurar una imagen positiva del yo, después de que se haya realizado una conducta que ha lesionado esa imagen, sería adecuado.

Desde este enfoque se asume que las personas con alta autoestima tienen una visión del yo con muchos atributos positivos que les pueden servir como recurso para mejorar su autoimagen en aquellas ocasiones en que sea necesario, por oposición a las personas de baja autoestima, que no cuentan con ese tipo de recursos. Puesto que el autoconcepto abarca muchas facetas, aumentar la autoestima en cualquier aspecto del yo ayudará a restaurar la imagen global positiva de sí mismo como persona valiosa. Por lo tanto, cualquier cognición positiva sobre el yo hará que las personas sean menos vulnerables a la disonancia después de un comportamiento contrario a la actitud.

En uno de los experimentos que se hicieron para probar estos supuestos, después de escribir un ensayo contraactitudinal, y antes de medir las actitudes, a un grupo de estudiantes se les proporcionó la oportunidad de aumentar su autoestima reafirmando sus valores. A otro grupo no se le dio esa posibilidad. En el grupo que pudo restaurar una imagen positiva del yo no se observó cambio de actitud en la dirección apoyada por el ensayo. Contrariamente, el grupo que no restituyó la autoestima sí necesitó cambiar la actitud para racionalizar su comportamiento y reducir la disonancia (Steele y Lui, 1983).

Si bien es cierto que la evidencia empírica derivada de esta teoría no siempre ha confirmado sus hipótesis, no se puede negar que su planteamiento teórico ha contribuido al desarrollo de la Teoría de la disonancia al orientar abundante investigación que ha servido para aclarar los procesos que subyacen al fenómeno (véase J. Aronson, Cohen y Nail, 1999).

Modelo del autoestándar

A pesar de que tanto la Teoría de la consistencia del yo como la Teoría de la autoafirmación centran su atención en procesos relacionados con el autoconcepto, las predicciones derivadas de ambas teorías sobre el papel de la autoestima en el cambio de actitudes son contradictorias:

- Según la Teoría de la consistencia del yo, deben ser las personas con una imagen más positiva de sí mismas las que muestren mayor disonancia después de un acto contraactitudinal.
- Según la Teoría de la autoafirmación, la predicción sería la opuesta, ya que la alta autoestima debería servir de escudo contra la amenaza de su yo después de semejante actuación.

En otras palabras, la perspectiva de la consistencia del yo postula que las personas con baja autoestima no percibirían incoherencia del yo al realizar un acto contraactitudinal ni, por lo tanto, experimentarían disonancia. En cambio, la Teoría de la autoafirmación postula que esas mismas personas son las más vulnerables a la disonancia.

Recientemente, Stone y Cooper (2001) han desarrollado un modelo capaz de conciliar las revisiones de las dos teorías anteriormente mencionadas (Olson y Stone, 2005). En su *Modelo de autoestándar*, estos investigadores (Cooper, Mirabile y Scher, 2005; Stone, 2003) hacen las propuestas siguientes:

- Las personas utilizan algún estándar de comparación para enjuiciar cuándo su conducta es buena o mala, honesta o deshonestas, competente o incompetente.
- Los estándares de enjuiciamiento pueden estar relacionados:
 - Con la representación cognitiva del yo.
 - Con normas sociales generales propias de ese contexto.
- La utilización de estándares basados en el yo o en normas sociales depende:
 - De la información accesible a la mente.
 - De la información que es más llamativa en esa situación concreta.

Un ejemplo de la aplicación de la Teoría del autoestándar a la comprensión del proceso de disonancia lo proporciona su formulación de diferentes predicciones en función de si lo que destaca en la situación son los estándares personales o los normativos sociales (véase el Cuadro 20.1).

Cuadro 20.1: Diferentes predicciones de la Teoría del autoestándar para el experimento de complacencia inducida.

Si predominan	
Estándares personales	Estándares normativos sociales
Comparación del comportamiento con las expectativas idiosincrásicas de la persona sobre sí misma	Comparación del comportamiento con las reglas prescritas en la cultura
Ejemplo: En el experimento de Festinger y Carlsmith (1959): • una persona que se considere honesta pensaría “he engañado a un compañero y eso no lo hace alguien que es honesto”. • una persona que se considere mentirosa diría algo como “he engañado a un compañero, como es frecuente en gente como yo”. Dado que las personas con alta autoestima tienen expectativas más positivas sobre sí mismas, es más probable que perciban su comportamiento como una discrepancia del yo y manifiesten mayor disonancia y cambio de actitud que las personas con baja autoestima.	Ejemplo: En el experimento de Festinger y Carlsmith (1959), los participantes razonarían de la forma siguiente: “he mentido a un compañero y eso es algo que todo el mundo sabe que es malo y que no se debe hacer”. Por tanto, la persona experimentaría disonancia al ser consciente de que se ha comportado en contra de las normas sociales. Aquí no está implicada la autoestima.

En resumen, si la persona utiliza estándares personales para evaluar el comportamiento discrepante con la actitud, su autoconcepto condicionará el proceso de *arousal* característico de la disonancia. Pero si emplea los estándares normativos sociales, el autoconcepto no jugará ningún papel relevante. El que se utilice uno u otro estándar para enjuiciar la conducta depende de las claves accesibles en ese contexto.

Pautas de activación y reducción de la disonancia en relación con la autoestima

Una vez que la disonancia aparece, la autoestima puede moderar el cambio de actitud, pero es conveniente insistir en que ello dependerá siempre de los pensamientos sobre el yo que se activen. Stone y Cooper (2001) subrayan que, atendiendo al tipo de pensamientos salientes en el contexto, existen diferentes pautas de activación y reducción de la disonancia en relación con la autoestima. Estas pautas se muestran en el Cuadro 20.2.

Cuadro 20.2: *Pautas de activación y reducción de la disonancia en relación con la autoestima.*

Primera situación	Segunda situación	Tercera situación
Saliencia de: • Atributos personales positivos relevantes para el comportamiento discrepante. • Se activan las expectativas sobre el yo. • La autoestima modera la reducción de la disonancia.	Saliencia de: • Atributos personales positivos, pero irrelevantes para el comportamiento discrepante. • A las personas de baja autoestima la activación de esos aspectos positivos del yo no les afecta.	Inexistencia de: • Pensamientos sobre el yo.
Teoría de la consistencia del yo: Las personas con alta autoestima experimentarán más disonancia que las de baja autoestima.	Teoría de la autoafirmación: Las personas de alta autoestima pueden utilizarlos para reducir su malestar. Las personas de baja autoestima tienen que reducir la disonancia cambiando de actitudes.	El malestar generado por la disonancia se reducirá cambiando la actitud sin influencia de la autoestima.

El experimento de Stone y Cooper (2003) presenta resultados que apoyan las predicciones del Cuadro 20.2.

Experimento de Stone y Cooper (2003)

Su objetivo era comprobar si la autoestima modera el cambio de actitud en función:

- De la accesibilidad de los atributos positivos que se hacen salientes después de un acto contraactitudinal.
- De la relevancia de dichos atributos positivos.

Se pedía a todos los participantes que redactaran un escrito en el que debían mostrar sentimientos carentes de compasión hacia personas con alguna discapacidad. En esto consistía el acto contraactitudinal. A continuación, se creaban tres grupos experimentales:

- Primer grupo: se hacían salientes atributos personales positivos congruentes con el escrito, por ejemplo, “compasivo”.
- Segundo grupo: se hacían salientes atributos personales positivos pero no congruentes con el escrito, por ejemplo, “creativo”.
- Tercer grupo: se activaban atributos personales neutros.

Dado que antes de empezar el experimento se había medido la autoestima de los participantes, resultó posible dividir cada grupo experimental en participantes altos y bajos en autoestima.

La magnitud de la disonancia experimentada por los participantes venía indicada por la medida de las actitudes hacia las personas con discapacidad después del escrito (*actitud post*). El cambio producido por la disonancia es mayor cuanto mayor sea la convergencia de la actitud (*post*) con el escrito.

Se comprobó que, en el primer grupo (atributos positivos congruentes), los participantes con alta autoestima cambiaban más de actitud que los de baja autoestima. Es decir, las personas de mayor autoestima experimentaban más disonancia en esa condición. En cambio, en el segundo grupo (de atributos positivos no congruentes), eran los participantes de baja autoestima los que modificaban más su actitud. En el tercer grupo (atributos neutros), la autoestima no afectó a la disonancia.

Por tanto, las personas con alta autoestima experimentan mayor disonancia cuando se activan atributos positivos relevantes del yo, ya que eso les obliga a enfrentarse con una imagen de sí mismos que desmiente su conducta y no es coherente con ella. Sin embargo, si los atributos que se activan son positivos, pero irrelevantes para su conducta, ello les permite reafirmar su yo y reducir el malestar que les provoca el acto contraactitudinal.

20.5 Teoría radical de la disonancia



Jean Léon Beauvois
Universidad de Niza Sophia Antipolis

Un sólido trabajo empírico sirve a Beauvois y Joule (1996, 1999) para desarrollar un enfoque que han denominado *Teoría radical de la disonancia*, ya que se manifiesta a favor de una interpretación literal de la Teoría original de Festinger (1957), basada únicamente en la aplicación de la razón de disonancia. Sus resultados experimentales contradicen algunas de las afirmaciones de otros autores, como que sea necesario que la acción origine consecuencias aversivas (Cooper y Fazio, 1984) o que la persona tenga que sentir amenazada su visión del yo (Steele, 1988) para que se den los procesos de disonancia pronosticados en la teoría original.



Robert Joule
Universidad de Aix-en-Provence, Francia

Desde esta perspectiva radical, también se critican algunas de las puntualizaciones que se han hecho sobre las condiciones necesarias para que se produzca la disonancia. Según las condiciones marcadas por el *new look*, la persona se debe considerar libre y responsable de haber realizado la conducta para que experimente disonancia. Beauvois y Joule sólo admiten la libre elección, entendida esta condición como un compromiso de actuación, pero con una salvedad: no es necesario que los participantes que son libres de aceptar o no se sientan responsables de las consecuencias de esa conducta.

En este sentido, estos autores señalan que en el experimento clásico de complacencia inducida de Festinger y Carlsmith (1959) las personas se comprometían a hacer lo que les pedía el experimentador, pero era este el responsable de lo que pudiera suceder, no ellas. Para los participantes, el compromiso necesario para inducir disonancia se limita a realizar un acto de complacencia que es contrario a su actitud, lo que no supone que se sientan moralmente responsables de una acción que inesperadamente les pide una persona a la que consideran una autoridad en ese contexto.

La Teoría radical de la disonancia introduce un concepto esencial para comprender cómo hay que interpretar la razón de disonancia: la *cognición generadora*. Esta es una cognición sobre el comportamiento que se ha realizado. Se trata de un elemento cognitivo que sirve para determinar qué cogniciones son consonantes o disonantes con esa representación del comportamiento, pero que no entra en la razón de disonancia. Es decir, la razón de disonancia sólo incluye en el numerador las cogniciones disonantes con el comportamiento y en el denominador las cogniciones consonantes y disonantes con ese comportamiento. Las cogniciones que tienen que ver con la actitud previa o con aspectos del autoconcepto no formarían parte de la razón de disonancia según esta perspectiva.

A modo de ejemplo, si un alumno tiene una actitud negativa hacia el aumento de las tasas de matrícula y dice que es mejor que se incrementen, la consciencia de que lo ha dicho sería la cognición generadora, respecto a la cual su actitud es incoherente. Supongamos que, en ese momento, la magnitud de la disonancia se sitúa en $D = Cd/Cd$. Toda cognición añadida que sea consonante con esa acción de apoyar el aumento de tasas reducirá la disonancia al entrar en el denominador de la razón de disonancia. Si el alumno añade consideraciones como, por ejemplo, que con tasas más elevadas se podrían mejorar los laboratorios o que se podrían aumentar los servicios telemáticos a los alumnos, estas dos nuevas creencias serán consonantes

con su afirmación de que se deben subir las tasas de matrícula. Ahora, respecto al momento anterior, la razón será $D = C_d / C_d + C_c + C_c$, con lo cual la disonancia será menor, y en ese caso cambiará menos su actitud hacia el aumento de tasas.

La razón de disonancia es la única base en que se apoyan estos autores para probar sus hipótesis, y con ella demuestran:

- Que la Teoría de la disonancia no es una Teoría de la consistencia.
- Que la reducción de la disonancia no tiene como objeto la restauración de una imagen positiva del yo.
- Que la activación de la disonancia no implica necesariamente que exista responsabilidad por el acto (Beauvois y Joule, 1999, p. 45).

Para definir su perspectiva, recurren a dos nuevos paradigmas de investigación: el *paradigma de la doble complacencia* y el *paradigma de la racionalización de un acto*.

El paradigma de la doble complacencia

A uno de los modelos de investigación que utilizan lo denominan *paradigma de la doble complacencia* porque se fundamenta en el procedimiento seguido en el experimento de Festinger y Carlsmith (1959). Beauvois y Joule puntualizan que en este experimento los participantes aceptan en realidad llevar a cabo no uno, sino dos actos, para complacer al experimentador: primero hacer una tarea aburrida, y posteriormente decir que es divertida. En la investigación realizada con el paradigma de la doble complacencia, Beauvois y Joule analizan la reducción de la disonancia cuando se llevan a cabo dos comportamientos de aceptación, y al menos uno de ellos es contrario a la actitud de la persona.

No sólo analizan si cada uno de los dos comportamientos realizados es contrario o no a la actitud previa. Tienen en cuenta, además, si la relación existente entre ambos comportamientos es consonante o disonante. Si se aplica este razonamiento al experimento clásico de la complacencia inducida, se aprecia que el proceso de reducción de la disonancia depende de dos comportamientos contrarios a la actitud (es decir, en contra de la valoración de la tarea como aburrida): por un lado realizar la tarea y por otro decir que es atractiva.

Ahora bien, al mismo tiempo, si se aplica la definición original de Festinger de los elementos cognitivos, se aprecia que ambos comportamientos son consonantes entre sí, puesto que el hecho de haber realizado uno mismo la tarea concuerda con el comportamiento que provoca la cognición generadora de disonancia: afirmar que la tarea es divertida. Según este planteamiento, realizar la tarea aburrida contribuiría a reducir la disonancia, ya que la cognición “he realizado esa tarea” es consonante con afirmar que es divertida, por lo que entraría como cognición consonante en el denominador de la razón de disonancia.

Primer experimento

En una reproducción parcial del paradigma clásico, Beauvois y Joule (1996) generan cuatro condiciones experimentales:

- Doble complacencia (hacer la tarea aburrida y afirmar ante un compañero que es divertida);
- Complacencia simple 1 (sólo hacer la tarea).
- Complacencia simple 2 (sólo afirmar ante un compañero que la tarea es divertida).
- Control (se les describía la tarea pero no realizaban ninguna de las dos conductas).

La actitud hacia la tarea se midió en un cuestionario anónimo con dos escalas (de -5, muy negativa, a +5, muy positiva) en las que evaluaban el atractivo y la diversión que producía la tarea.

En este estudio, aplican sus consideraciones sobre la razón de disonancia. El punto de partida es la hipótesis según la cual los participantes que convencían al compañero y no habían realizado la tarea contraactitudinal (complacencia simple 2) experimentarían mayor disonancia que los de la condición de doble complacencia, ya que la cognición, “he realizado a tarea” es consonante con la conducta de afirmar que es divertida y, por tanto, forma parte del denominador de la razón de disonancia. Por este motivo, haber realizado ellos mismos la tarea ayudaba a reducir la disonancia.

La magnitud de la disonancia se midió comparando la evaluación de la tarea en las condiciones experimentales con la del grupo control. Una mejor evaluación de la tarea sería indicativa de un mayor cambio de actitud para reducir la disonancia, y también de mayor disonancia. Los resultados confirmaron la hipótesis.

En efecto, el Cuadro 20.3 muestra que el grupo en el que las personas convencían a un compañero sin haber realizado anteriormente la tarea (complacencia simple 2) cambió más su actitud. Así lo demuestra su valoración, más positiva que la de los participantes del grupo de doble complacencia, que antes de afirmar que la tarea era divertida habían pasado por la experiencia de realizar la tarea aburrida (aunque este grupo, que había mentido, experimentó más disonancia que el que sólo había realizado la tarea y que el grupo control).

Otro resultado interesante es que los participantes de la condición de complacencia simple 1 experimentan reducción de disonancia. Se observa que la evaluación del atractivo y de la diversión de la tarea fue significativamente mejor que la del grupo control, a pesar de que en principio se podría pensar que este grupo, después de estar una hora haciendo algo aburrido, debería evaluar esa tarea de forma más negativa que los que no habían pasado por esa situación. Parece, por lo tanto, que el simple hecho de realizar la tarea fue suficiente para cambiar la actitud y hacerla coherente con la conducta que habían llevado a cabo.

Cuadro 20.3: Puntuación media en actitudes hacia la tarea.

	Atracción	Diversión
Doble complacencia (realizar tarea y convencer a otro)	1,30	-0,27
Complacencia simple 1 (realizar tarea)	0,22	-0,27
Complacencia simple 2 (convencer a otro)	2,17	2,77
Control	-1,02	-1,92

Fuente: adaptado de Beauvois y Joule (1996, p. 77).

Es importante advertir que en el experimento que se acaba de describir, los dos comportamientos realizados por los sujetos son consonantes entre sí y, por otra parte, contrarios a la actitud, ya que saber que la tarea es aburrida es incoherente con realizarla y con decir públicamente que es divertida.

Segundo experimento

En otro experimento, los mismos autores (Beauvois y Joule, 1996) se propusieron averiguar lo que sucedería si sólo uno de los comportamientos fuera contrario a la actitud y los dos fueran disonantes entre sí. Utilizaron en esencia el mismo diseño y procedimiento que en el experimento anterior, si bien procedieron a modificar uno de los comportamientos. En concreto, los participantes informaban al compañero que la tarea era aburrida.

Por tanto, en este segundo experimento, las cuatro condiciones quedaban así:

- Doble complacencia (hacer la tarea aburrida y afirmar ante un compañero que es aburrida y carente de interés).
- Complacencia simple 1 (sólo hacer la tarea).
- Complacencia simple 2 (sólo afirmar ante un compañero que la tarea es aburrida).
- Control (se les describía la tarea, pero no realizaban ninguna de las dos conductas).

En este segundo estudio el único comportamiento contrario a la actitud, y por lo tanto el que provoca la cognición generadora, era que accedían a hacer la tarea (complacencia simple 1), ya que decir que era aburrida (complacencia simple 2) no contradecía sus creencias. Ahora bien, el segundo comportamiento (afirmar que la tarea es aburrida) contradice el primero (realizar la tarea), por lo que se esperaba mayor disonancia en la condición de doble complacencia que en el resto de condiciones. Este argumento se basa en que este segundo comportamiento es disonante con el que provoca la cognición generadora y, por lo tanto, entraría en el numerador y denominador de la razón de disonancia, aumentando la magnitud de la disonancia.

El Cuadro 20.4 recoge los datos de este segundo experimento. Los participantes que realizaron la tarea y dijeron a otro compañero que era aburrida (doble complacencia) la evaluaron más positivamente que el resto, es decir, fueron los que experimentaron más disonancia.

Con respecto a los resultados obtenidos en las dos situaciones de complacencia simple, conviene señalar que los participantes del grupo que sólo realizó la tarea aburrida (complacencia simple 1) experimentaron disonancia, y de hecho su evaluación fue más positiva que la del grupo control. Frente a ellos, los participantes del grupo que habían afirmado ante sus compañeros que la tarea era muy aburrida (complacencia simple 2) valoraron dicha tarea peor que el grupo control. En estos dos casos, la actitud final de los participantes convergía y era congruente con la conducta realizada. En comparación con el grupo control, los que han realizado la tarea la encuentran más atractiva y los que han dicho que es aburrida y tediosa la encuentran menos atractiva.

Cuadro 20.4: *Puntuación media en actitudes hacia la tarea.*

	Atracción	Diversión
Doble complacencia (realizar tarea y afirmar que es aburrida)	1,06	-0,42
Complacencia simple 1 (realizar tarea)	-0,82	-0,45
Complacencia simple 2 (afirmar que es aburrida)	-2,82	-2,52
Control	-1,32	-2,12

Fuente: adaptado de Beauvois y Joule (1996, p. 80).

Una consideración conjunta de los resultados de los dos experimentos permite concluir que, cuando una persona accede a realizar cualquier conducta, su actitud va a modificarse para ser coherente con ese comportamiento realizado. Por eso, Beauvois y Joule (1996) llaman la atención sobre el hecho de que, cuando se induce a una persona a actuar de una determinada manera, se la está induciendo a cambiar sus actitudes en la dirección de la conducta realizada.

Mecanismos de racionalización de la conducta

Estos y otros estudios que analizan la influencia, no de una sola conducta, sino de cadenas de conductas congruentes o incongruentes con el comportamiento causante de la disonancia,

pusieron de manifiesto un efecto paradójico, que consiste en que la conducta contraactitudinal que da lugar a la cognición generadora es menos problemática si se realiza una nueva conducta, también contraactitudinal, más problemática que la anterior, y en la misma línea que la realizada anteriormente. Este efecto se ha estudiado en el paradigma de la racionalización de un acto.

Como ya se ha comentado, desde el enfoque radical se considera que la *cognición generadora* de la disonancia procede de la representación que se tiene del comportamiento realizado. La función de la racionalización, que puede ser cognitiva o conductual, es ayudar a que ese comportamiento se vea como menos problemático, lo que reduce la activación producida por la disonancia.

Si se cambia la actitud para hacerla más coherente con el comportamiento y para eliminar, de esta forma, el malestar psicológico, la racionalización es cognitiva. Pero existe otro tipo de racionalización y, paralelamente, otra forma de reducir la disonancia: es la racionalización conductual. Esta consiste en realizar un nuevo acto igual de problemático, o más, que el acto inicial que ha producido la disonancia. Es lo que se muestra en el Cuadro 20.5.

Cuadro 20.5: *El paradigma de la racionalización de un acto.*

Fundamentación	Hipótesis según la cual, después de llevar a cabo un acto problemático contrario a la actitud, ese comportamiento se puede racionalizar mediante la realización de un nuevo acto similar al anterior pero incluso más problemático.
Procedimiento experimental estándar utilizado en este paradigma	Se trata, en esencia, de pedir a los participantes que vayan aceptando paulatinamente realizar diversos comportamientos contraactitudinales relacionados entre sí.
Ejemplo de un experimento realizado por Beauvois y Joule	A los participantes, que eran todos fumadores, se les pedía que fueran aceptando una serie de acciones, cada una de las cuales era más contraria que la anterior a su actitud hacia el tabaco. Así, primero se le pedía que estuviese sin fumar dos horas; a continuación, que no fumase hasta el día siguiente; y, pasado ese período, que estuviese tres días sin fumar (Beauvois y Joule, 1996).
Resultados obtenidos con el paradigma de la racionalización de un acto	Las personas pueden utilizar un segundo comportamiento para racionalizar el comportamiento discrepante anterior, siempre que se les presente esa oportunidad inmediatamente después del primer comportamiento
Implicaciones de este paradigma	Con base en los resultados obtenidos con el paradigma de la racionalización de un acto, se puede explicar la eficacia de técnicas de influencia como las del “pie en la puerta” o de la “bola baja” (véase el Capítulo sobre principios básicos de influencia social en este manual). En estas dos tácticas se observa que, una vez que las personas se comprometen a realizar una acción, es más fácil que acepten nuevos compromisos, si estos son coherentes con esa línea de actuación.

Se predice que la persona optará por la forma de racionalización que le resulte más sencilla. A veces modificará las creencias disonantes y consonantes y su importancia. Otras veces recurrirá a restaurar el valor del comportamiento problemático y, para ello, actuará de la misma forma en posteriores situaciones.

Las conclusiones que se pueden extraer de este planteamiento teórico permiten comprender cómo, a partir de un comportamiento contrario a la actitud, se pueden obtener conductas cada vez más contrarias a esa actitud. Esta forma de racionalización explica el éxito de algunas técnicas de persuasión. Según la teoría, cada vez que se nos induce a realizar un comportamiento como comprar un producto, acatar una ley u obedecer a un superior se está induciendo un cambio en las actitudes.

20.6 Carácter funcional de la disonancia: el modelo basado en la acción

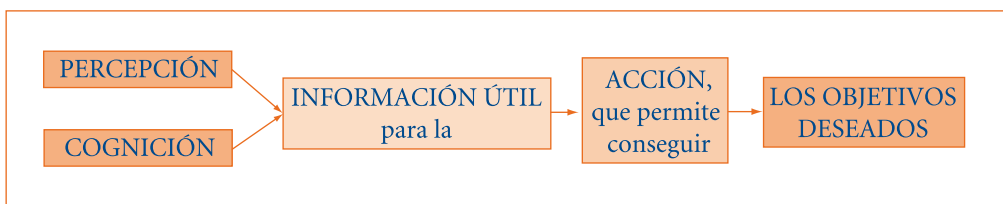
¿Por qué estamos las personas fuertemente motivadas a reducir la disonancia, cuando esta es una experiencia tan común y generalizada? Esta pregunta es el punto de partida en el desarrollo del *Modelo de disonancia cognitiva basado en la acción* (Harmon-Jones, 1999; Harmon-Jones y Harmon-Jones, 2002). Desde esta perspectiva, se plantea el carácter adaptativo que para el ser humano puede tener la disonancia y la motivación para reducirla. La explicación dada por Festinger (1957), y por todos los teóricos que han trabajado sobre la Teoría de la disonancia, se ha centrado en las causas inmediatas, y se ha aceptado mayoritariamente que la motivación para reducir la disonancia surge de la necesidad de paliar el malestar psicológico producido después de realizar una conducta incongruente con creencias y actitudes. Pero un mecanismo psicológico como la disonancia, que aparece con tanta frecuencia en el repertorio de conductas del ser humano, y en situaciones tan diferentes, debe cumplir alguna función de adaptación, es decir, tiene que aportar algún tipo de utilidad que beneficie al organismo.



Eddie Harmon-Jones
Universidad A&M de Texas

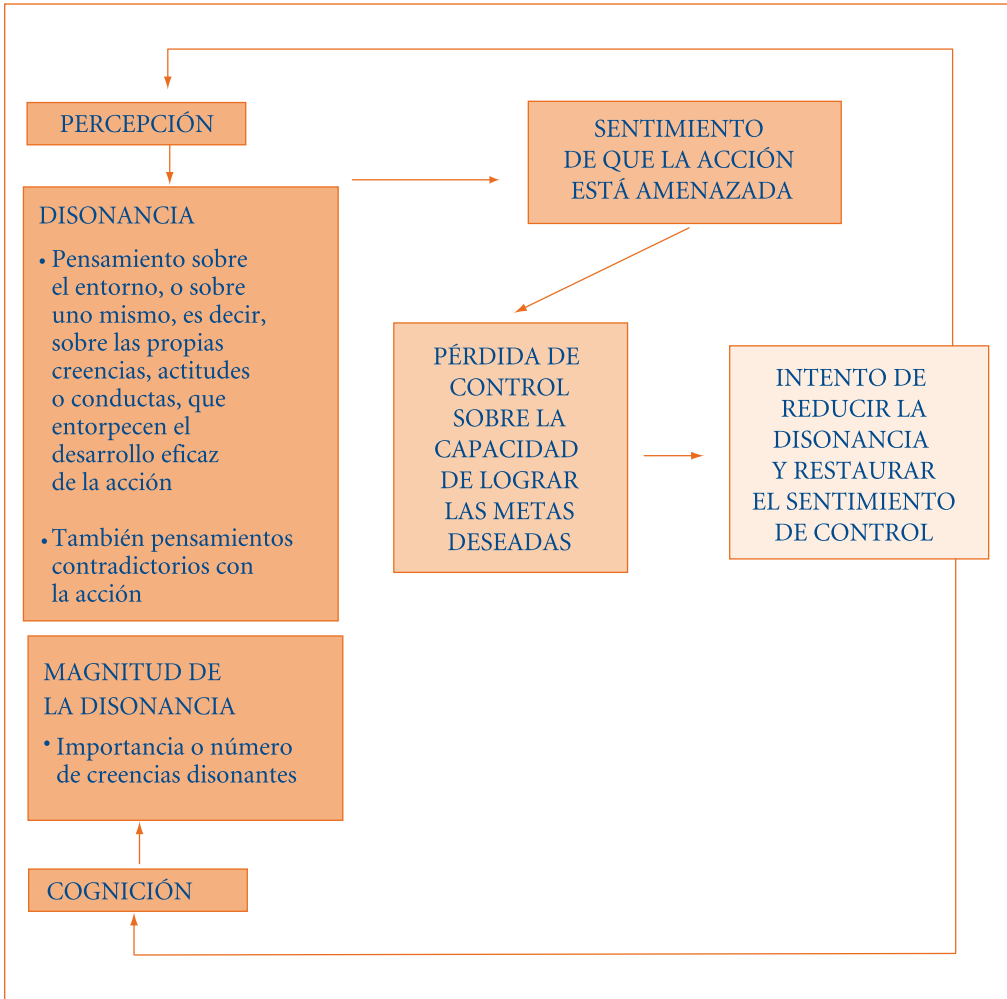
El modelo basado en la acción acepta la Teoría original, pero trata de explicar la causa última por la que se produce la disonancia. Parte de la premisa de que cualquier acción viene precedida de pensamientos que guían las tendencias para esa acción y que orientan el curso de la conducta. La cognición, igual que la percepción, proporciona información útil para llevar a cabo la acción, con el fin de lograr determinados objetivos. Esto es lo que muestra la Figura 20.2.

Figura 20.2: Representación gráfica de un curso de acción normal.



Si ese curso de la acción se ve interferido por pensamientos que son conflictivos con el desarrollo eficaz de esa actuación, porque son contradictorios con ella, se produce disonancia. Todos los factores que aumentan la magnitud de la disonancia, como la importancia o el número de creencias disonantes, también aumentan la probabilidad de interferencia con la tendencia de acción. Es decir, cuando las propias creencias, actitudes o conductas, son disonantes entre sí, el sentimiento de ser capaz de controlar eficazmente el curso de la acción se ve amenazado. Esto es lo que muestra la Figura 20.3.

Figura 20.3: Representación gráfica de un curso de acción interferido por la disonancia.



De este razonamiento se sigue que la función última de la motivación para reducir la disonancia sería restaurar esa capacidad de llevar a cabo eficazmente una línea de acción que se ha visto entorpecida por cogniciones disonantes.

Muchas de las situaciones en las que se ha inducido disonancia se podrían analizar desde esta óptica. Véase el Cuadro 20.6.

Cuadro 20.6: *Interferencia de la disonancia con la acción en algunos paradigmas experimentales.*

Paradigma de la complacencia inducida	La actitud hacia la tarea (que se considera aburrida) interfiere con la conducta que las personas se comprometen a realizar (decir que la tarea es divertida).
Paradigma de la libre elección	Las creencias sobre los aspectos positivos de la opción rechazada, y sobre los aspectos negativos de la elegida, son disonantes con la tendencia de acción por la que se ha optado y, por lo tanto, interfieren con ella.

También se observa que en ocasiones se reduce la disonancia rechazando la información o procesándola de forma sesgada. Según el Modelo basado en la acción, ese procesamiento sesgado de la información puede ser necesario y funcional, siempre que facilite que la línea de acción sea más efectiva y menos conflictiva. Una vez que la persona ha reducido el malestar puede actuar según había planeado (Harmon-Jones y Harmon-Jones, 2002, p. 712).

En resumen, los supuestos de este modelo son:

- Las cogniciones disonantes entre sí son disfuncionales porque entorpecen que se pueda llevar a cabo una acción de manera eficaz.
- El malestar psicológico actuaría como detonante y la persona se vería acuciada para reducirlo y recuperar el equilibrio psicológico.
- La reducción de la disonancia se haría siempre por una vía que permita orientar la acción según se había planeado.

Por lo tanto, las predicciones derivadas de este modelo afectan a la activación y a la reducción de la disonancia: (a) cuando se ha tomado la decisión de seguir una línea de acción los procesos que la entorpezcan serán disonantes, y (b) la reducción de la disonancia es un proceso que ayuda a continuar con esa decisión de acción.

Experimento de Harmon-Jones y Harmon-Jones (2002)

Para comprobar sus hipótesis sobre reducción de la disonancia relacionada con la ejecución de una decisión, estos autores diseñaron un experimento con el paradigma de la libre elección.

Manipularon, por un lado, la dificultad de la decisión: elegir entre dos tipos de ejercicios de gimnasia igualmente valorados (decisión difícil y que provoca disonancia) o entre uno muy valorado y otro poco (elección fácil que no provoca disonancia).

Por otro lado, manipularon que los participantes centraran sus pensamientos en la línea de acción o en algo neutral. Con este fin, el grupo en la condición “mentalmente orientados a la acción” debía escribir al menos siete frases sobre la puesta en práctica de ese tipo de ejercicios de gimnasia para mejorar su preparación física; mientras que el grupo mentalmente centrado en algo neutral escribía sobre siete actividades que realizaba en un día normal.

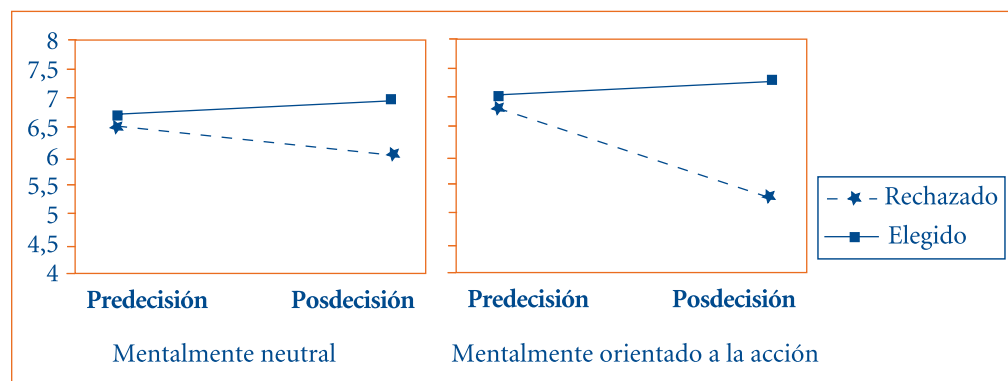
De acuerdo con las predicciones de la Teoría de la disonancia, en la condición de difícil elección los participantes cambiaron sus evaluaciones posdecisión de forma que valoraron más el ejercicio elegido y menos el rechazado que antes de la elección; ese cambio no se produjo en la condición de fácil elección.

Al mismo tiempo, y en línea con lo pronosticado por el Modelo basado en la acción, dentro del grupo de difícil elección —es decir, el que experimentaba disonancia—, las personas que

centraron su atención en la decisión tomada exageraron más esas diferencias posdecisión entre la alternativa elegida y la rechazada (véase la Figura 20.4).

Además de con el paradigma posdecisión, las hipótesis de este modelo también se han comprobado con el paradigma de la hipocresía (Harmon-Jones, Peterson y Vaughn, 2003)

Figura 20.4: *Actitudes hacia el ejercicio elegido en función de la orientación mental. Condición de alta disonancia por difícil elección.*



Fuente: adaptado de Harmon-Jones y Harmon-Jones, 2000, p. 716.

20.7 Disonancia y conducta grupal

A pesar de que la primera publicación sobre disonancia que vio la luz fue el trabajo de Festinger, Riecken y Schachter (1956), sobre el manejo de la disonancia en una secta, los teóricos de la disonancia apenas han analizado el papel que juega la pertenencia grupal en la activación o la reducción de la disonancia. Un estudio llevado a cabo por Zanna y Sande (1987, citado en Cooper y Stone, 2000, p. 231) comprobó que la difusión de la responsabilidad en el grupo servía para atenuar la experiencia de disonancia. En este experimento de laboratorio, todos los participantes escribían un ensayo contraactitudinal, pero, mientras que la mitad de ellos lo hacía de manera individual, la otra mitad lo hacía en grupo, después de consensuar entre todos los miembros qué argumentos se recogerían en el ensayo. Los sujetos de la condición individual cambiaron más de actitud en la línea del escrito, como consecuencia de experimentar mayor disonancia que los de la condición grupal, a pesar de que estos últimos creían que sus argumentos eran mejores y más convincentes. Otro resultado interesante de este estudio es que aquellas personas que creían que los otros habían sido más responsables del escrito que ellos, es decir, los que más difundían la responsabilidad entre el resto del grupo, cambiaron menos de actitud. Parece, por lo tanto, que la difusión de la responsabilidad puede ser un mecanismo para justificar la conducta y reducir la disonancia.

La identidad social y la pertenencia grupal también pueden determinar que se utilicen formas de reducción de la disonancia características de situaciones grupales, cuando una identidad social determinada se hace saliente. Todos pertenecemos a diferentes grupos y todos esos grupos contribuyen a nuestro autoconcepto. Así, una persona es hombre o mujer, pertenece a una profesión, ha nacido en una región y puede ser creyente de una determinada fe religiosa. Pero no todas estas categorías sociales son igualmente importantes para el yo en cualquier situación. Cuando las características del contexto hacen especialmente saliente una

categoría, como por ejemplo la pertenencia regional, las personas tienden a comportarse como un prototipo de esa categoría y a evaluar a su grupo más positivamente que al resto de los grupos que, en el caso del ejemplo, serían las personas de otras regiones.

Hay identidades sociales que son especialmente importantes para la autoestima y el autoconcepto. Así, para un militante político la pertenencia a su partido puede ser una faceta esencial de su autoconcepto, lo que no quiere decir que en cada situación y momento esa pertenencia sea accesible a su mente. Las actitudes hacia esos grupos, tan importantes para el autoconcepto son muy estables y especialmente difíciles de cambiar.

Dos investigaciones han planteado cómo la pertenencia a grupos reales que son importantes para la persona puede influir en la manera de reducir la disonancia (Cooper y Mackie, 1983; Cooper y Stone, 2000). Los autores parten de la consideración de que toda categorización social se fundamenta en una diferenciación de características que distingue a unos grupos de otros. De estas características, unas son definitorias del grupo y, por lo tanto, son condición necesaria para la pertenencia grupal, mientras que otras están asociadas a esos grupos pero no son esenciales para la pertenencia a ellos. Por ejemplo, para ser Cristiano Evangelista es esencial ser cristiano, pero, aunque la mayoría apoyen el que sea obligatorio rezar en las escuelas, esta sería una característica asociada, ya que se puede ser Cristiano Evangelista y pensar que la escuela pública puede mantenerse al margen de las expresiones religiosas.

Si a una persona se la induce a que se muestre en contra de una característica de un grupo del que es miembro, ¿cómo resolverá la disonancia? Para dilucidar esta cuestión, en las dos investigaciones mencionadas se buscaron muestras de grupos reales y especialmente importantes para los participantes. En ambos estudios, se pedía que escribieran argumentos contrarios a su actitud, pero en unos casos esos argumentos se referían a características definitorias del grupo y en otros a rasgos no definitorios. Por ejemplo, en una de las investigaciones, que se llevó a cabo durante la campaña electoral que enfrentaba a Ronald Reagan y Jimmy Carter, se utilizó una muestra de estudiantes de las Juventudes pro Reagan (Cooper y Mackie, 1983, citado en Cooper y Stone, 2000). En este estudio, los estudiantes tenían que escribir a favor de Carter (argumentos contrarios y definitorios del grupo) o a favor de la ampliación de la ayuda sanitaria, una medida a la que se oponían, pero que no era definitoria de su grupo. En la otra investigación se eligió de muestra a un grupo de cristianos muy comprometidos con su religión. En este caso, en la condición de argumentos definitorios debían memorizar y repetir argumentos a favor de la supremacía del budismo sobre el cristianismo, mientras que en la condición de argumentos no definitorios el ejercicio de memoria tenía que ver con el universo (Cooper y Stone, 2000).

En los dos estudios se obtuvieron resultados similares:

- En la condición en que los argumentos contraactitudinales se referían a características asociadas al grupo, pero no definitorias de él, los cambios observados apoyaban las vías habituales de reducción de la disonancia: las actitudes se modificaban en la dirección de los argumentos del escrito.
- En la condición en que los argumentos contraactitudinales describían características definitorias del grupo no se observó ese cambio de actitudes en la línea del escrito. Ello hubiera supuesto denostar al grupo e implicaría una amenaza a su identidad social. Se constataba, en cambio, otras estrategias destinadas a afianzar la pertenencia grupal (menospreciar a los miembros del exogrupo, es decir, a los votantes de Carter, o rechazar la información contraria a su actitud).

En conclusión, la evidencia empírica sobre la reducción de la disonancia en los grupos ha revelado que el cambio de actitud no es el único mecanismo útil para reducir la disonancia.

En contextos grupales, otros mecanismos estrechamente relacionados con la conducta grupal pueden ser útiles como estrategias que reducen el malestar psicológico producido por la conducta contraactitudinal: difusión de la responsabilidad, menosprecio del exogrupo, y represión de la información contraria a la actitud.

20.8 Naturaleza de los procesos que subyacen a la disonancia

En la última década, algunos investigadores han comenzado a explorar la relación que mantiene el proceso de disonancia con otros procesos que también influyen en el cambio de actitudes y en la relación de ese cambio con la conducta. Estas nuevas aproximaciones al estudio de la disonancia han contribuido a obtener interesantes resultados empíricos, así como a la integración conceptual de fenómenos similares.

Disonancia y ambivalencia

Una de las características importantes de las actitudes es la accesibilidad. No siempre evaluamos de la misma manera el mismo objeto porque las actitudes dependen de la información accesible en ese momento. Ello incluye información ya existente en la memoria, que es crónicamente accesible, así como la información accesible en ese momento temporal concreto. Es decir, las actitudes están sujetas a las influencias del contexto. La mayor o menor accesibilidad actitudinal depende de la frecuencia de activación de la actitud y de lo recientemente que se haya utilizado. Asimismo, la intensidad o fuerza de una actitud depende, entre otras variables, de su accesibilidad. Hay que tener en cuenta que cuanto más intensa es una actitud más persistente es en el tiempo, más resistente es al cambio y más influye en la conducta (Bohner y Wänke, 2002).

No es extraño que se haya propuesto un vínculo entre la ambivalencia actitudinal y la disonancia, ya que ambos procesos comparten algunos supuestos. La *ambivalencia actitudinal* supone que existe una incoherencia de creencias, igual que la disonancia, puesto que es el resultado de evaluar tanto positiva como negativamente un objeto actitudinal. La ambivalencia actitudinal provoca también experiencias psicológicas negativas, de conflicto y confusión ante el objeto actitudinal, pero para ello es necesario que los aspectos positivos y negativos que originan esa ambivalencia sean simultáneamente accesibles en ese momento temporal (McGregor y cols., 1999; Newby-Clark, McGregor y Zanna, 2002).

Desde esta perspectiva, se propone que la accesibilidad simultánea de creencias disonantes también es un proceso que influye en la aparición de la disonancia, aunque no sea el único. Por lo tanto, una forma de reducir la disonancia sería evitar que las creencias que son disonantes sean simultáneamente accesibles. Esta sería la explicación de que cualquier forma de distracción pueda evitar o disminuir la disonancia.

Aunque no se haya manipulado expresamente la accesibilidad simultánea de las cogniciones en los experimentos de disonancia, implícitamente se daba esa accesibilidad temporal tal como se planificaron muchos de esos experimentos. De este modo, se puede deducir de las investigaciones en que se utiliza el paradigma de la hipocresía que la disonancia se produce debido a la accesibilidad conjunta de una actitud que se ha hecho saliente, por ejemplo cuando se pide a los participantes que opinen sobre si es necesario el uso de preservativos, y también de una conducta de la que se les hace conscientes, al recordar todas las veces que no los han utilizado.

De la misma manera, algunas de las formas de reducción de la disonancia, aparte del cambio de actitud, se puede pensar que funcionan porque eliminan la accesibilidad simultánea de

las cogniciones disonantes. Por ejemplo, cuando se resuelve el estado de disonancia mediante la trivialización de la conducta realizada (Simon, Greenberg y Brehm, 1995). En estas situaciones, se resta importancia a la conducta realizada o a la elección de determinada opción, y puede que al apartar de la conciencia las cogniciones importantes funcione un mecanismo en el que disminuye la accesibilidad simultánea de las cogniciones incoherentes. Por otra parte, se ha observado que en muchas ocasiones las personas espontáneamente acuden al alcohol o a tranquilizantes para aliviar el malestar producido por la disonancia (Steele, Southwick y Critchlow, 1981, citado en McGregor y cols., p. 341). La eficacia de estas drogas puede estar directamente relacionada con la disminución de la accesibilidad de las creencias incoherentes (McGregor y cols., 1999, p. 340-341).

Proceso automático *versus* deliberativo

Una premisa importante de la Teoría original es que la disonancia surge cuando se toma conciencia de que dos cogniciones, frecuentemente referentes a actitudes y conducta, son opuestas entre sí. Del mismo modo, es muy común que para reducir la disonancia haya un intento de racionalizar ese comportamiento que es disonante con la actitud previa, bien mediante el cambio de actitud, bien alterando cualquiera de las cogniciones para que sean coherentes con el comportamiento realizado. Por lo tanto, parece que el proceso de disonancia exige consciencia por parte de la persona, tanto en la activación como en la reducción. Esta premisa también está presente en la Teoría de la consistencia del yo y en la Teoría de la autoafirmación, ya que ambas asumen que se producen procesos deliberativos complejos, relacionados con la autoimagen, que afectan a la percepción de la activación de la disonancia y a su reducción.

Pero es preciso tener en cuenta que algunos resultados sugieren que en determinadas ocasiones las personas no son conscientes de que el malestar que sienten se debe a las contradicciones entre conducta y actitud. Esta sería la situación, por ejemplo, del experimento de Zanna y Cooper (1974) anteriormente comentado, cuando se les comunica a los participantes que su activación se debe al consumo de una píldora excitante. En este y en otros experimentos similares en que se ha hecho creer que el malestar psicológico no se debe a la falta de consistencia, sino a otros motivos, las personas no sienten la necesidad de cambiar sus actitudes, porque no deducen que su activación esté relacionada con su comportamiento contraactitudinal. Esta interpretación no es automática, sino que se basa en un proceso deductivo.

Recientemente, la distinción entre actitudes implícitas y explícitas ha cobrado gran importancia en el estudio de las actitudes, y el interés teórico y de experimentación de este tema ha llevado a algunos autores a plantearse el estudio de la disonancia también desde esa óptica (Gawronski y Strack, 2004; Gawronski, Strack y Bodenhausen, en prensa). Las actitudes implícitas se pueden definir como la asociación evaluativa entre elementos, y se caracterizan por ser automáticas y no necesitar mucha capacidad de procesamiento cognitivo. Además, un aspecto importante es que a esa asociación la persona no le asigna un valor de verdad. Es decir, esa asociación es independiente de que la persona apruebe o desaprobe esa realidad. Por ejemplo, una persona puede asociar mujer a sumisión y aun así pensar que esa relación es falsa e incorrecta. Este tipo de actitudes implícitas se mide con técnicas como el IAT (*Implicit Attitude Test*) sin que la persona sea consciente de cómo evalúa al objeto de actitud. Por el contrario, las actitudes explícitas se miden de forma proposicional, por ejemplo, preguntando a las personas hasta qué punto están de acuerdo o en desacuerdo con una proposición. En contraposición con el pensamiento asociativo, el pensamiento proposicional es deliberativo y requiere mucha más capacidad cognitiva.

Los estudios que han analizado la influencia de la disonancia en las actitudes implícitas y explícitas han comprobado que el cambio de actitud sólo se produce en las actitudes explícitas. La explicación que dan los autores es que la causa de la disonancia y su reducción requieren que exista una representación proposicional de los elementos que entran en contradicción. Por eso, los cambios de actitud se reflejan en juicios evaluativos explícitos, pero no en las asociaciones evaluativas que se miden mediante procedimientos como el IAT (Gawronski y Strack, 2004; Gawronski y cols., en prensa).

Este área de investigación es muy reciente y no hay suficientes resultados que permitan asegurar si todas las situaciones en las que se produce la disonancia exigen que el procesamiento sea deliberativo. El Modelo del autoestándar, así como las investigaciones que han comprobado los efectos de la accesibilidad simultánea de cogniciones contradictorias, sugieren que pueden influir tanto procesos automáticos como deliberativos en la activación y la reducción de la disonancia (Olson y Stone, 2005, p. 260). Sin duda, en este campo surgirán nuevas investigaciones en torno a procesos que afectan a la Teoría de la disonancia, un enfoque que no ha perdido interés para los investigadores sino que, por el contrario, ha ido cobrando vitalidad y atractivo con el paso de los años.

20.9 Resumen

Entre las explicaciones alternativas de los resultados de la Teoría de la disonancia hay que destacar la Teoría de la autopercepción. Según esta Teoría, el cambio de actitud se debe a un proceso de atribución sobre la propia conducta. Por otra parte, la teoría del manejo de la impresión defiende que no hay cambio real de actitud, sino una simulación para mantener una buena imagen ante los demás. La revisión conocida como *new look* especificó dos condiciones necesarias para que se produzca la activación que caracteriza la disonancia: que la conducta tenga consecuencias aversivas y que la persona se sienta responsable y libre al realizarla. Posteriores investigaciones comprobaron que la conducta no tiene por qué tener consecuencias negativas.

Una serie de modelos teóricos se han centrado en el papel que juega el autoconcepto en los fenómenos relacionados con la disonancia. La Teoría de la consistencia del yo se basa en la idea de que la disonancia se produce cuando la persona se enfrenta al hecho de que ha realizado una conducta incoherente con la imagen que tiene de sí misma. Para la Teoría de la autoafirmación, cuando la imagen del yo se ve menoscabada después de realizar una conducta contraria a la actitud, si se aumenta la autoestima referente a cualquier faceta del yo se recuperará la visión positiva de sí mismo que es habitual, sin que sea necesario el cambio de actitud para reducir la disonancia. Por otra parte, el Modelo del autoestándar ha resuelto las contradicciones que se pueden plantear entre las dos teorías anteriores, proponiendo que la autoestima influye en la disonancia dependiendo de los estándares para evaluar el comportamiento que se utilicen en esa situación: personales o normativos.

Más recientemente, han aparecido nuevas aportaciones fieles a la Teoría original. La Teoría radical de la disonancia critica las revisiones de la teoría y propone una vuelta a la versión original, basándose en las predicciones derivadas de la razón de disonancia. Establece que hay una cognición generadora que sirve para determinar qué cogniciones son consonantes, disonantes o neutras en relación con la conducta disonante. Desde este enfoque, se diferencia entre racionalización cognitiva y racionalización conductual. El Modelo basado en la acción destaca el papel funcional de la disonancia y su reducción, al orientar la conducta para facilitar una actuación eficaz. Otra línea de investigación, realizada en contextos grupales, ha permitido comprobar que la disonancia se puede reducir por mecanismos relacionados con procesos intergrupales. Por último, hay que tener en cuenta los intentos de vincular la disonancia a otros procesos que también afectan al cambio de actitud.

Términos de glosario

Cognición generadora

Paradigma de la doble complacencia

Paradigma de la hipocresía

Racionalización cognitiva

Racionalización conductual

Lecturas y otros recursos recomendados

Huici, C. (1998). Disonancia producida por la doble complacencia y cambio de actitudes. En M. Moya (Coord.), *Prácticas de Psicología Social* (pp. 249-254). Madrid: UNED.

Olson, J. M. y Stone, J. (2005). The influence of behavior on attitudes. En D. Albarracín, B.T. Johnson y M.P. Zanna (Eds.), *The handbook of attitudes* (pp. 223-271). Mahwah: Lawrence Erlbaum.

Principios básicos de influencia social

Mercedes López Sáez

Objetivos

- Conocer la tipología de principios generales básicos en la que se sustentan los procesos de influencia social.
- Comprender el carácter funcional de esos principios de influencia como normas de actuación.
- Identificar en qué principio se basan las diferentes tácticas de influencia, así como la estrategia que caracteriza a cada una de estas tácticas.
- Reflexionar sobre cómo afectan las variables del contexto social a la eficacia de las tácticas de influencia.

21.1 Introducción

El desarrollo psicológico del ser humano está estrechamente relacionado con procesos de influencia social, ya que somos incapaces de aprender si no es por medio del contacto con otros individuos de nuestra especie. Ni siquiera las conductas propiamente humanas para las que estamos filogenéticamente programados, como caminar erguidos o hablar, las podríamos desarrollar si no es a través de la interacción continua con otras personas de nuestro entorno.

Nuestra vida cotidiana está llena de ejemplos de influencia de unas personas sobre la conducta de otras. ¿Cómo consiguen los padres o maestros que los niños sigan sus instrucciones? ¿Por qué nos vestimos según marca la moda cada año? ¿Qué hace que votemos a un partido y no a otro? Por esa razón, los procesos de influencia son un tema central para la Psicología y muy especialmente para la Psicología social, ya que este área de conocimiento se ocupa, desde sus orígenes, específicamente de estudiar cómo influye en las personas individuales la presencia real o imaginaria de otros, según se recoge en la clásica definición de G. W. Allport (1935), que es la que se adopta en este manual (véase el Capítulo 1).

Si consideramos que la influencia social es cualquier cambio de la conducta producida por el influjo de otros, comprenderemos que el fenómeno es tan amplio y diverso que abarcaría prácticamente todas las áreas de la Psicología social. Los procesos de atribución, de estereotipia o de cambio de actitudes, así como los que se dan en las relaciones intergrupales y la mayoría de nuestros estados emocionales, por citar algunos ejemplos, son provocados por la influencia que ejercen en nosotros las personas o grupos con los que nos relacionamos y, también, estructuras sociales complejas que tienen que ver con instituciones, civiles o religiosas, o con otras facetas de nuestra cultura, como los medios de comunicación.

En los estudios de Psicología social, el desarrollo teórico que se ha considerado más específico de la influencia social durante años se ha centrado, básicamente, en comprender cómo las personas cambian su comportamiento observable en respuesta a la manipulación de influencia intencionada. La obediencia o la conformidad son los temas típicos desde esta aproximación clásica, así como los fenómenos que tienen que ver con comunicaciones persuasivas (Forgas y Williams, 2001). Pero hay que tener en cuenta que muchos de los fenómenos relacionados con la influencia social no son deliberados ni afectan al comportamiento observable, y que el contenido de la influencia social es tan amplio que evidentemente no se puede restringir a ese marco teórico.

En lo que se refiere a los procesos de interacción social, es incuestionable la concatenación de influencias entre las partes implicadas. En esas interacciones, unas veces actuamos como agentes que influyen en la conducta de otras personas y otras como blanco que recibe la influencia de los otros. Además, en muchos casos, el agente ejerce su influencia de forma no consciente, por ejemplo al servir como modelo para otros. Por otra parte, es primordial considerar que la influencia más importante no es la que afecta al comportamiento, sino a la mente. Como señalan Forgas y Williams (2001, p. 23), la actividad mental de los agentes sociales implicados en el proceso de influencia puede ser el antecedente y la consecuencia de la influencia social y, por lo tanto, esos procesos mentales son importantes como objeto de estudio.

Los fenómenos de influencia social son muy diversos y se puede diferenciar entre distintos tipos. Por ejemplo, Ng (2001) tiene en cuenta si la influencia es directa o indirecta, inmediata o a largo plazo, y si existe conflicto de intereses o desacuerdo entre la persona que influye y su blanco de influencia. No es raro, por lo tanto, que se hayan propuesto diferentes tipologías para clasificar los procesos de influencia, llegándose a identificar hasta 24 tipos de formas de influencia en una revisión sobre esta cuestión (Levy, Collins y Nail, 1999; citado en Ng, 2001, p. 186).

En este capítulo nos vamos a centrar en procesos de influencia directa, que suelen producir efectos inmediatos, y en los que los que el agente de influencia tiene intención de modificar las actitudes o conducta del blanco. En definitiva, se trata de interacciones en las que el agente de influencia pretende que el blanco acepte su requerimiento. De este modo, son procesos que se producen en situaciones en las que la petición del agente de influencia puede ser explícita, como por ejemplo pedir dinero en una campaña de caridad, o implícita, como un anuncio para vender un coche o promocionar a un candidato pero, en cualquier caso, siempre el blanco de influencia es consciente de que se desea que dé una respuesta en un determinado sentido (Cialdini y Goldstein, 2004). Como marco teórico de referencia se sigue la propuesta de Robert Cialdini, un experto en procesos de influencia, que estudió cómo se comportaban las personas cuya profesión consiste en convencer a los demás y sistematizó todas las tácticas de convicción observadas en relación con una serie de principios psicológicos (Cialdini, 2001)



Robert Cialdini es profesor en el Departamento de Psicología de la Arizona State University. La Sociedad de personalidad y Psicología social le concedió, en reconocimiento a una carrera distinguida en Psicología social, el premio Donald Campbell, el más prestigioso de la disciplina.

21.2 Principios básicos de influencia

Cialdini (2001) selecciona seis principios que sobresalen por su incidencia en la influencia social:

- Reciprocidad
- Validación social
- Compromiso/coherencia
- Simpatía
- Escasez
- Autoridad

Según propia confesión, llegó a esta síntesis a través de la observación de los profesionales que viven de inducir en otros los comportamientos que quieren obtener, de acuerdo con sus intereses (vendedores, cómicos, publicistas, asesores políticos, o líderes políticos y religiosos). Esos profesionales difícilmente van a progresar en un puesto que requiera de esas habilidades si no son competentes para poner en práctica tácticas de influencia. Por otro lado, sólo las tácticas útiles para convencer prosperan y pasan de generación en generación, se enseñan en las escuelas de marketing o de propaganda y publicidad, o se transmiten por simple imitación de unos profesionales a otros.

Pero no hace falta seguir cursos especiales para influir en los demás. Cuando tratamos de convencer a otros para llevar el agua a nuestro molino, sabemos cómo actuar. En función del blanco de influencia y de la situación, utilizaremos una u otra estrategia. Por ejemplo, si tratamos de convencer a un miembro de nuestra familia de que nos prepare el desayuno, es fácil que nos funcione una estrategia de queja, bien refiriéndonos a nuestro estado físico (“me duele la cabeza”, “no me encuentro muy bien”) o recordando todo lo que habitualmente hacemos por ellos. Sin embargo, si lo que pretendemos es conseguir una ayuda en nuestro trabajo, lo más frecuente es que nos dirijamos a algún compañero al que en otras ocasiones le hayamos hecho un favor o al que nos una algún lazo de amistad, de afinidad ideológica o, incluso, porque sepamos que le caemos simpáticos por ser hinchas del mismo equipo de fútbol.

Todos estos principios de influencia, a los que alude Cialdini, comparten una serie de características:

- Son útiles en la mayoría de las ocasiones.
- Se basan en normas sociales muy valoradas.
- Se aplican con mucha frecuencia para convencer y en situaciones muy diferentes.
- Se aprenden y aplican desde la infancia.
- Sirven como heurístico o atajo cognitivo para interpretar y actuar rápidamente en una situación social.

Es precisamente el carácter funcional y adaptativo de estos seis principios lo que explica que sean empleados con mucha frecuencia como heurísticos de actuación. Se trata de principios

psicológicos básicos cuya utilización como regla de comportamiento favorece el que las respuestas en la interacción sean positivas y eficaces. En la mayoría de los casos nuestras respuestas son deliberadas, pero entonces requieren más tiempo y la suficiente capacidad y motivación para analizar la información. La sobrecarga informativa favorece las respuestas automáticas en situaciones en las que no nos parece necesario realizar ese esfuerzo. El uso de heurísticos en esas situaciones es útil, ya que una respuesta automática nos permite dedicar la mente a otros aspectos importantes presentes en la situación. Las reglas de actuación en las que se basan los seis principios de influencia ahorran tiempo y capacidad mental, aunque incrementan la probabilidad de error.

Los profesionales de la persuasión, por ejemplo, vendedores o publicistas, ponen en marcha estos mecanismos para convencernos, utilizando una serie de tácticas que activan esos principios psicológicos. Según cómo sea la situación, unos principios funcionan mejor que otros. Lo más frecuente es que en una misma interacción se apliquen tácticas basadas en más de un principio, lo que maximiza las posibilidades de influir.

Uno de los ejemplos utilizados por Cialdini (2001) para ilustrar cómo funcionan simultáneamente los principios es el sistema de ventas de Tupperware (véase el Cuadro 21.1).



Tupperware es una multinacional que vende, exclusivamente en domicilios particulares, utensilios para almacenar alimentos. Lo hace a un precio superior al de otros similares existentes en el mercado. Durante dos décadas, las ventas de esta empresa en todo el mundo fueron espectaculares, y sus técnicas de marketing fueron copiadas por otras empresas de productos muy diferentes.

Cuadro 21.1: *Un análisis del sistema de ventas de Tupperware.*

Principios de influencia utilizados en la estrategia de ventas de Tupperware

Simpatía

La anfitriona de la casa en la que se celebra la reunión cita a un grupo de amigas, también amas de casa, para presentarles los productos y organiza una especie de merienda ligera en la que ofrece café u otro tipo de bebidas.

Reciprocidad

Nada más llegar, la vendedora da un pequeño obsequio a cada asistente. A mayor venta, mayor regalo recibirá la anfitriona de la empresa. Por ello, las asistentes se sienten obligadas a comprar algo para corresponder al obsequio y a la invitación. De otro modo, podrían parecer unas personas gorronas y desagradecidas.

Compromiso/coherencia

Se anima a las asistentes a comentar la utilidad y ventajas de cada artículo presentado.

Validación social

En el momento en que alguien hace un pedido, las demás la siguen por imitación.

Se activa la idea de que si otras personas semejantes quieren el producto, es que se trata de algo bueno.

Resistencia a esta estrategia de ventas

Los asistentes a este tipo de reuniones son conscientes de las presiones a las que se ven sometidas y de la manipulación que hace la anfitriona de su amistad. Pero, una vez en la reunión, parece imposible sustraerse a esas reglas presentes en la interacción. Socialmente sería reprochable comportarse en contra de ellas.

¿Cómo consigue, entonces, una persona librarse de esta presión?

Los blancos de influencia también aprenden a utilizar estrategias de resistencia.

De hecho, las ventas a domicilio de productos como Tupperware han decaído por las reticencias de las personas que ya han vivido una experiencia de este tipo a asistir a esa clase de reuniones. Al ser invitadas, estas personas ponen toda suerte de excusas para no acudir.

Impiden así que se desencadenen los procesos de influencia que las llevarían a la aceptación de realizar compras no deseadas, porque saben que una vez inmersas en esa situación sería imposible eludirlos.

En los siguientes apartados se explica en qué consiste la regla de complacencia de cada uno de los principios, su funcionamiento como heurístico, así como las tácticas de influencia más comunes basadas en cada uno de ellos.

21.3 Reciprocidad

La norma de reciprocidad es una de las más elementales sobre las que se sustenta el funcionamiento de las sociedades humanas. Sencillamente, consiste en tratar a los demás como ellos nos tratan. La importancia de esta norma en la evolución de la especie se debe a su carácter funcional y adaptativo, ya que beneficia a los individuos y al grupo en su conjunto, garantizando la supervivencia. Seguir esta regla asegura que cualquier recurso que uno comparta con otros más necesitados en un momento determinado, por ejemplo comida o ayuda, le será devuelto por los demás cuando esté en las mismas circunstancias de necesidad. La utilidad adaptativa de la norma de reciprocidad es tan evidente que a través del proceso de socialización en todas las culturas se educa a los individuos para practicarla.

Desde muy pequeños aprendemos la regla de que hay que corresponder a los beneficios de los otros, bien sea un regalo o un favor, y que quien no la cumple es tachado de desagradecido o de gorrón. También se permite, basándose en esta norma, el castigo a aquellas personas que nos perjudican. Hay preceptos que nos recuerdan esta obligación: “ojo por ojo y diente por diente” o “lo que no quieras para ti, no lo quieras para tu prójimo”. Por esa razón, las personas tienden a decir sí a una petición cuando se sienten obligados ante un solicitante que previamente les ha hecho un regalo, un favor, o una concesión. La explicación es que se sienten molestas si no corresponden a cualquier tipo de favor e, incluso, pueden mostrar su desagrado hacia las personas que no permiten que se les devuelva el beneficio que han otorgado. El *principio de reciprocidad para la complacencia* se puede enunciar de la siguiente forma: “se debe ser más proclive a satisfacer la petición de una persona que previamente ha proporcionado un favor o una concesión” (Cialdini y Sagarin, 2005, p. 146).

Los profesionales de la complacencia y de la persuasión con frecuencia dan algún tipo de obsequio, aunque sea un detalle mínimo, porque así suscitan un sentimiento de reciprocidad que hará más probable que les compensen con una conducta también positiva (véase el Cuadro 21.2). Varias investigaciones han puesto de manifiesto la eficacia de los regalos no solicitados, ya sea para aumentar las ventas (Burger, 1986), conseguir respuestas a una encuesta (Church, 1993), lograr más propinas (Gruner, 1996, citado en Cialdini, 2001, p. 25) o hacer un donativo para una causa benéfica.

Cuadro 21.2: *Los costes de un regalo no solicitado.*

Una práctica de ventas muy extendida consiste en obsequiar con un pequeño regalo por asistir a la presentación de un producto o de una promoción.

Por supuesto, se deja claro que el aceptar el regalo no implica ningún compromiso de compra. Los expertos saben que una vez con el regalo en la mano será muy difícil negarse a la petición.

Una excusa que permite al blanco de influencia salir del paso es decir que tiene que consultar con su cónyuge antes de hacer un desembolso de dinero importante. Por esa razón, los expertos suelen añadir un obsequio mucho mayor si se acude a la cita acompañado de la pareja. En algunas promociones, como la venta de multipropiedad, es obligatorio acudir con el cónyuge para obtener el regalo.

Tácticas de influencia basadas en la reciprocidad

Cualquier táctica de convicción que utilice el principio de reciprocidad es seguro que surtirá efecto. La norma de reciprocidad se aplica a una amplia gama de comportamientos. Así, se ha demostrado empíricamente:

- Queremos más a la gente que nos ha mostrado su simpatía (Condon y Crano, 1988).
- Que tendemos a contar intimidades a aquellos que nos han hecho alguna confidencia personal (Cunningham, Strassberg y Hann, 1986).
- Que en una negociación se hacen concesiones a aquellos que han cedido previamente (Axelrod, 1984).
- Que nos dejamos convencer más fácilmente por aquellos a los que en alguna ocasión hemos convencido de algo (Cialdini, Green y Rusch, 1992).

Dentro de la variedad de tácticas vinculadas a la reciprocidad se pueden destacar especialmente dos, por su frecuencia de utilización. La primera es la táctica de “esto no es todo” (*that’s-not-all technique*). Véase el Cuadro 21.3.

Cuadro 21.3: *Características de la táctica “esto no es todo”.*

La táctica de “esto no es todo” utiliza la estrategia de dar algo, incluso sin que el blanco de influencia lo haya solicitado, para posteriormente hacer algún tipo de petición. Como técnica de marketing, cada vez está más extendida la práctica basada en esta táctica, ya que no hay duda de su eficacia.

Experimentalmente se ha probado la eficacia de los regalos en las ventas. En un experimento se demostró que se vende más un producto al que se añade otro gratis, que si se oferta el lote por el mismo precio sin que el producto añadido aparezca como obsequio. El estudio (Burger, 1986) se realizó en un campus universitario en el que se había organizado un mercadillo para recaudar fondos. En uno de los puestos se ofrecía un pastel junto con dos galletas de regalo. El 70% de los estudiantes que preguntaron el precio en ese puesto compraron el producto. Sin embargo, en otro puesto, en el que se ofrecía el mismo producto y al mismo precio, pero sin que en esta condición experimental las galletas incluidas figuraran como regalo, sino como parte del lote de dulces, solamente compró el 40% de los que preguntaron.

Otra demostración de este principio lo proporciona el hecho de que, cuando se envía por correo una encuesta, si dentro del sobre que contiene el cuestionario se incluye una cierta cantidad de dinero como regalo, el número de cuestionarios que se devuelven cumplimentados es superior al que se obtiene si se ofrece la misma cantidad de dinero al entregar los cuestionarios una vez cumplimentados.

Más aún, en un estudio se encontró que con el obsequio de un cheque de 5 dólares que acompañaba el cuestionario se obtenía el doble de respuestas que ofreciendo 50 dólares *a posteriori* como pago por cumplimentarlo (Church, 1993; Warriner, Goyder, Gjertsen, Horner y McSpurren, 1996; citados en Cialdini y Sagarin, 2005, p. 147).

La segunda táctica inspirada en el principio de reciprocidad es la del “portazo en la cara” (*door-in-the-face technique*). Véase el Cuadro 21.4.

Cuadro 21.4: Características de la táctica del “portazo en la cara”.

La táctica del “portazo en la cara” o de “rechazo-retirada” se basa en la obligación de hacer una concesión a alguien que ha cedido previamente. Esta estrategia se apoya en las concesiones mutuas: yo he cedido en mi petición, luego tú también debes ceder. El procedimiento consiste en comenzar con una petición elevada y, cuando esta se rechaza (nos dan con la puerta en las narices), hacer una petición menor, que suele ser aceptada.

Un experimento ilustra muy bien el poder de esta táctica:

- A un grupo de estudiantes se les hizo una petición difícil de aceptar: acompañar el domingo a un grupo de delincuentes juveniles al zoológico. En esta condición, sólo aceptó el 17%.
- A otro grupo de estudiantes se le hizo la misma petición, pero precedida de otra mucho más costosa: participar en un programa de rehabilitación de delincuentes juveniles dos horas semanales durante dos años. En esta condición experimental, a la primera petición se negaron todos, pero la aceptación de acompañarlos al zoo fue el triple que en el grupo en que esa petición se había hecho de forma directa (Cialdini y cols., 1975).

Además del principio de reciprocidad, sobre esta táctica influye también el contraste perceptivo. Si después de una petición elevada (por ejemplo, 2.000 ü) se hace una petición más pequeña (por ejemplo, 500ü), esta segunda petición parece aún menor, por contraste, que si se hace sola.

En una negociación, esta técnica suele ser más eficaz que el camino directo. Al retroceder el solicitante hasta una petición menor (la que realmente busca), aumenta la probabilidad:

- Sea aceptada, porque se presenta como una concesión.
- Se cumpla el acuerdo, ya que el blanco de influencia cree que ha controlado la situación y que ha convencido al otro.
- Se acceda a peticiones similares en el futuro, por la mayor satisfacción con el acuerdo al sentirse responsable de la decisión tomada.

Para que esta táctica sea eficaz, se deben cumplir una serie de condiciones:

- La primera petición no debe ser desmesurada, ya que no sería creíble y su retirada no sería interpretada como una concesión.
- Las dos peticiones deben ser semejantes y, además, realizadas por la misma persona para que no se interprete como un cambio de intereses o una diferencia de puntos de vista entre los miembros de una de las partes de la negociación.
- La concesión debe legitimarse, es decir, se debe explicar la razón por la que se aceptaría hacer una petición menor (Joule y Beauvois, 1987).
- Ha de transcurrir poco tiempo entre las dos peticiones, ya que parece que el efecto disminuye drásticamente si pasa más de un día (Burger, Horita, Kinoshita, Roberts y Vera, 1997).

21.4 Validación social

El *principio de validación social* se basa en que determinamos cuál es la conducta correcta averiguando qué piensan los demás que es correcto (Cialdini y Sagarin, 2005, p. 148). Nos fiamos de lo que hacen los demás, la mayoría de la gente o los que nos parecen modelos adecuados, para formar nuestro juicio de cómo hay que pensar o actuar. Un mecanismo que se suele utilizar para saber cómo opinar o comportarse es observar qué hacen los demás en la misma situación. La importancia de tener en cuenta a otros como mecanismo psicológico ya fue puesta de manifiesto por Festinger (1954) en su Teoría de la comparación social. Las personas necesitamos evaluar lo adecuado de nuestro comportamiento y, si no disponemos de datos objetivos, comparamos nuestra conducta con lo que hacen las personas semejantes a nosotros.

En general, cometemos menos equivocaciones si actuamos en consonancia con lo que hacen los demás que si no lo hacemos. Por esa razón, en cualquier situación nos parece que un comportamiento es más correcto en la medida en que otras personas lo realizan. Pero la aprobación social de una conducta no se consigue únicamente haciendo lo que la mayoría. En cada contexto hay unas normas que especifican qué se debe hacer. Existen, por tanto, dos formas fundamentales en que regulamos la conducta en función del entorno. Véase el Cuadro 21.5.

Cuadro 21.5: Correspondencias entre los dos tipos de influencia y las normas.

Influencia informativa-norma descriptiva
La influencia informativa es la tendencia a fiarse de los demás para adquirir una visión adecuada de nuestro entorno (Deutsch y Gerard, 1955). Este mecanismo de validación social de nuestra conducta es más frecuente en situaciones de incertidumbre. Por lo general, tendemos a compararnos con personas similares a nosotros. Equivale a lo que Cialdini, Reno y Kallgren (1990) denominan <i>norma descriptiva</i>: en esencia es lo que la gente hace.
Influencia normativa-norma preceptiva
La influencia normativa se refiere a aquellas situaciones en que las personas aceptan (o se conforman a) las normas y expectativas aprobadas por el medio social en el que se desenvuelven, unas veces para evitar un castigo o el rechazo social, otras para conseguir una evaluación positiva (Deutsch y Gerard, 1955). Para Cialdini y colaboradores (1990), este tipo de influencia equivale a la <i>norma preceptiva (injunctive norm)</i>. En esencia, es lo que la gente debería hacer de acuerdo con las prescripciones, ya sean de tipo legal o moral.

El principio de validación social para la complacencia se puede formular de este modo: se debe ser más proclive a aceptar una petición o a realizar un comportamiento si es consistente con lo que hacen o piensan otras personas similares a nosotros (Cialdini y Sagarin, 2005, p. 150).

Tácticas de influencia basadas en la validación social

La explotación de este principio está muy extendida. La tendencia a la imitación es utilizada en muchas tácticas de influencia. Cuando se facilita información del tipo de “el detergente más vendido”, “el *bestseller* del año”, o “el programa de máxima audiencia”, por poner algunos ejemplos, se está utilizando la validación social como estrategia de marketing. El heurístico que funciona es que, si mucha gente coincide en apreciar el producto, lo más probable es que realmente valga la pena.

Debido a la fuerza de este principio, es sabido que la publicación de los índices de audiencia de los medios de comunicación o de las encuestas previas a las elecciones atraen más adictos hacia las posiciones de la mayoría. La estrategia consiste en presentar la acción como lógica porque lo hace la mayoría. Si esa mayoría se refiere al grupo al que pertenece el blanco de influencia (la mayoría de los jóvenes, la mayoría de las amas de casa, la mayoría de los ejecutivos) la posibilidad de influir se incrementa, debido a la mediación de la semejanza.

¿Nos hemos preguntado en alguna ocasión por qué se incluyen risas enlatadas en las series de humor televisivas? Ya nos hemos acostumbrado a esta práctica tan extendida, pero al principio su uso se limitaba a las series de baja calidad. Poco a poco se fueron introduciendo en

nuevas series y actualmente es raro que haya alguna serie de humor en la que las risas no sigan a cada chiste. Todo el mundo tiene una opinión negativa sobre ellas y es evidente que no engañan a nadie, ya que es de sobra conocido que son falsas, grabadas y claramente exageradas.

La razón de que este mecanismo de influencia para provocar la risa se haya difundido hasta ese punto es que funciona. Varias investigaciones han demostrado que la gente se ríe más y considera el telefilme más divertido cuando se acompaña de este género de risas. Si nos observamos a nosotros mismos, o a cualquier otra persona, delante del televisor, comprobaremos que es muy común que se esboce una sonrisa cuando irrumpen esas carcajadas y aplausos. Se produce una sonrisa automática y el expresar la emoción con el gesto nos hace sentirnos más divertidos. Al final, evaluaremos mejor esa serie que si las risas enlatadas no nos hubieran provocado ese gesto. La eficacia de esta táctica se pone de manifiesto sobre todo cuando los chistes son malos (Fuller y Sheehy-Skeffington, 1974; Smyth y Fuller, 1972; citados en Cialdini, 2001, p. 99).

Una de las múltiples tácticas que utilizan el principio de validación social consiste en acompañar a la petición de una lista de personas similares que han actuado de forma semejante. La utilidad de esta práctica se ha demostrado experimentalmente al solicitar donantes de sangre o donaciones caritativas. Cuanto mayor es la lista, más probable es que se acceda a la petición (Reingen, 1982; citado en Cialdini y Sagarin, 2005, p. 150). Véase el Cuadro 21.6.

Cuadro 21.6: Estudios sobre la eficacia relativa de las normas descriptiva y preceptiva.

Cialdini y colaboradores (Cialdini, 2003; Cialdini y cols., 2006; Cialdini y cols., 1990; Kallgren, Reno y Cialdini, 2000; Reno, Cialdini y Kallgren, 1993) realizaron una serie de estudios experimentales, relacionados todos ellos con medidas de protección del medio ambiente, en los que han analizado en qué circunstancias es más eficaz resaltar la norma descriptiva (información en la que se destaca lo que la mayoría de las personas hace en esa situación) o resaltar la norma preceptiva (información sobre lo que la mayoría de las personas aprueban o desaprueban que se haga en esa situación).

Primer estudio

Los participantes, al recoger su coche del aparcamiento, se encontraban con un papel en el parabrisas. El suelo del aparcamiento se hallaba en una de las siguientes condiciones experimentales:

- Completamente limpio de basura (norma descriptiva antibasura).
- Lleno de hojas de propaganda, colillas, y todo tipo de desperdicios (norma descriptiva probasura).

Además, a la mitad de los participantes de cada una de las condiciones se les focalizaba la atención sobre la norma descriptiva, porque un cómplice del experimentador ostensiblemente tiraba al suelo su hoja a la vista del participante, mientras que en la otra mitad de la muestra no se focalizaba la atención en esa norma, y el cómplice simplemente andaba por allí.

En la condición en que no se hizo saliente la norma, se observó que las personas arrojaban más papeles al suelo si este estaba sucio (32% de los participantes) que si estaba limpio (14%). Esta diferencia era mayor cuando se focalizaba la atención de los participantes en la norma descriptiva (54% vs. 6%). Es decir, según estos resultados, si la conducta de la mayoría era antisocial, como en la situación en la que el suelo estaba lleno de basura, el hacer saliente la norma descriptiva suscitaba conductas antisociales. Por el contrario, si la conducta de la mayoría era prosocial, el hacer saliente la norma descriptiva, porque el cómplice tiraba el papel al suelo, favorecía la conducta de mantener limpio el espacio.

Segundo estudio

Se manipuló el texto que contenía el papel, para diseñar dos condiciones experimentales:

- Hacer saliente la norma preceptiva (por favor, no arroje basura al suelo).
- No hacer saliente dicha norma (por favor, visite el museo de arte local).

En la condición en que se hacía saliente la norma preceptiva, el porcentaje de personas que tiró el papel al suelo fue menor que cuando la norma no se hizo saliente (10% vs. 25%).

Continúa

Tercer estudio

Tras demostrar la eficacia de las dos normas, se intentó averiguar qué sucedería si eran contradictorias entre sí. Es decir, se planificó una situación en la que no coincidía lo que la mayoría hacía con lo que se debería hacer. En este tercer estudio se manipularon dos condiciones:

- Norma descriptiva probasura (suelo sucio).
- Norma descriptiva probasura más norma preceptiva antibasura (suelo sucio con el papel solicitando “por favor, no arrojen basura al suelo”).

Cuando el cómplice hacía saliente la norma descriptiva y tiraba el papel al suelo, resultaba eficaz la norma preceptiva, y las personas que recibían el mensaje que recomendaba no tirar basura seguían más la recomendación que las que no recibieron esa comunicación. Asimismo, en un estudio posterior, se comprobó que focalizar la atención en la norma preceptiva (un cómplice recogía un papel del suelo delante de los participantes) era enormemente eficaz, independientemente de si el suelo estaba limpio o sucio.

Los resultados obtenidos en estos estudios experimentales son de gran importancia para su eventual aplicación en campañas públicas en las que se quiera atajar un problema social. Con mucha frecuencia, en esas campañas se destaca la norma descriptiva negativa, como cuando se menciona el elevado porcentaje de jóvenes que consume drogas o que conduce después de ingerir alcohol. Este tipo de mensajes puede incitar a hacer lo que hace la mayoría de las personas similares. En otras ocasiones, en cambio, el mensaje de las campañas públicas resalta normas preceptivas como, por ejemplo, la obligación de utilizar el cinturón de seguridad en el automóvil.

A la vista de los resultados de las investigaciones comentadas, este tipo de campañas puede ser eficaz o no, y ello depende de si se presentan como propias de la mayoría conductas deseables o indeseables. Si el contexto se caracteriza porque la mayoría realiza conductas censurables, es un grave error el focalizar la atención de la audiencia en la norma descriptiva (lo que hace la mayoría). Lo más aconsejable en este caso es que la campaña se centre no en lo que la mayoría hace, sino en lo que la mayoría aprueba o desaprueba que se haga (norma preceptiva).



Troncos petrificados
del Parque Nacional

Además de estos experimentos de laboratorio, este equipo de investigación realizó un estudio de campo en el Parque Natural del Bosque Petrificado de Arizona (Cialdini y cols., 2006), en el que existía el grave problema de que se robaba gran cantidad de fósiles de las plantas petrificadas. Para evitar el robo, la dirección habitualmente utilizaba una campaña que focalizaba la atención en la norma descriptiva prorobo, colocando carteles en los que indicaba que cada año se robaban en el Parque alrededor de 14 toneladas de pequeñas piezas de fósiles. Según los resultados de los experimentos de Cialdini y sus colaboradores, lo que se puede esperar con semejante campaña es que se perciba esa conducta como normal puesto que lo hace mucha gente, lo que incitaría más al robo.

Con permiso del Parque, durante un periodo de cinco fines de semana se presentó a los visitantes del Parque mensajes que hacían saliente la norma descriptiva o preceptiva.

Se redactaron dos tipos de mensajes en que se destacaba la norma descriptiva:

- Uno resaltaba las conductas negativas: “Muchos visitantes se han llevado madera petrificada, cambiando la naturaleza del Bosque Petrificado”.
- Otro resaltaba las conductas positivas: “La mayoría de los visitantes anteriores han dejado la madera petrificada en el Parque, preservando así la naturaleza del Bosque Petrificado”.

Continúa

Los mensajes que resaltaban la norma preceptiva fueron los siguientes:

- “Por favor, deje la madera petrificada en el Parque” (redacción positiva).
- “Por favor, no se lleve la madera petrificada del Parque” (redacción negativa).

Según los resultados obtenidos en varios estudios sobre cognición, se esperaba que las redacciones negativas consiguieran que los visitantes focalizaran más su atención en la norma.

Junto a cada cartel se esparcieron un número controlado de fósiles proporcionados por el Parque y que carecían de valor. Como variable dependiente se utilizó el porcentaje de fósiles esparcidos robados. Los resultados mostraron que, cuando se presentaba el mensaje de forma descriptiva, era más probable que aumentaran los robos, especialmente en la redacción negativa (la que focalizaba más la atención en esa norma). La condición más eficaz para evitar los robos fue la del mensaje que hacía saliente la norma preceptiva redactado de forma negativa. Esta condición, norma preceptiva/focalización en la norma, consiguió que hubiera menos robos que cualquiera de las otras tres (1,67% vs. 5,95%).

21.5 Compromiso y coherencia

Un mecanismo muy importante de influencia se basa en el deseo de ser y parecer coherente. La preferencia por la coherencia ha sido una cuestión tradicionalmente estudiada en Psicología social sobre la que se han desarrollado varias teorías, como la Teoría de la disonancia (Festinger, 1957), la del equilibrio (Heider, 1958) o la de la congruencia (Osgood y Tannenbaum, 1955) (véase el capítulo sobre fundamentos de la Teoría de la disonancia). La coherencia es un rasgo de personalidad muy valorado socialmente que se asocia a otros rasgos como el ser lógico, racional, estable y honrado. Por el contrario, a una persona poco coherente se la considera superficial, poco inteligente, indecisa y débil.

Pero no sólo es el deseo de que los demás valoren la coherencia lo que hace que sea una motivación básica para dirigir la conducta humana. Según el Modelo basado en la acción (Harmon-Jones, 1999; Harmon-Jones y Harmon-Jones, 2002), la coherencia tiene un carácter funcional y adaptativo para el ser humano, puesto que le permite llevar a cabo eficazmente una línea de acción. Si una persona actúa de forma coherente con lo que otras veces ha hecho, o de acuerdo con sus actitudes previas, el curso de esa acción es más sencillo y no requiere demasiado esfuerzo cognitivo. Las actitudes y conductas previas nos sirven como heurístico para actuar de forma similar en situaciones parecidas. Por esa razón, si esa línea de acción se ve interrumpida por conductas o actitudes incoherentes con lo que habitualmente hacemos o pensamos surgiría la disonancia, con la consiguiente motivación para reducirla.

La apelación a la coherencia o a los compromisos anteriores para conseguir que otra persona acepte una petición es notoria en muchas de las interacciones personales, así como en las prácticas de los profesionales de marketing, propaganda o publicidad. Como principio de influencia se podría describir de esta forma: después de que una persona se comprometa con una postura, será más proclive a aceptar peticiones para realizar nuevas conductas coherentes con esa postura (Cialdini y Sagarin 2005, p. 152). Lo más curioso de las estrategias de influencia basadas en este principio es que el blanco de influencia no percibe que exista ninguna presión para ser convencido. Es la presión personal de ser consecuentes con el compromiso asumido lo que nos impulsa a actuar de forma que justifique esa decisión anterior.

Tácticas de influencia basadas en el compromiso y la coherencia

Son, en esencia, tres las principales tácticas de influencia inspiradas en el compromiso y la coherencia.

Táctica del “pie en la puerta” (*foot-in-the-door technique*)

Es la que ha desarrollado más investigación. La primera demostración experimental de esta táctica la realizaron Freedman y Fraser (1966) en una serie de estudios en los que el procedimiento básico consistía en pedir a los participantes que accedieran a hacer algo tan sencillo que prácticamente todo el mundo consentía. Un tiempo después se les hacía una petición más costosa. Esta segunda petición era realmente el objetivo que se quería alcanzar.

Por ejemplo, en uno de los estudios comprobaron la potencia de esta estrategia entre los habitantes de un lujoso barrio californiano. A un grupo de vecinos se le pidió que dejaran colocar en la puerta del chalet un cartel de 8 centímetros que recomendaba conducir con prudencia. A las dos semanas se les pidió que dejaran colocar un gran cartel sobre el mismo asunto: conduzca con cuidado. Un grupo de control recibió solamente esta segunda petición. En el grupo experimental, el 76% de los participantes accedieron a colocar el cartel grande, frente al 17% en el grupo al que previamente no se le solicitó colocar el cartel pequeño.

Según Freedman y Fraser, lo que puede ocurrir es que la persona, una vez que ha accedido a la primera petición, se vea a sí misma como la clase de persona que hace ese tipo de comportamientos. En esta línea de argumentación, la explicación más generalizada sobre el proceso subyacente en esta técnica de influencia defiende que el efecto se produce debido a un proceso de cambio de actitud similar al señalado en la Teoría de la autopercepción (Bem, 1972). Después de acceder a poner una pegatina en la que se pide circular con precaución, la persona se ve a sí misma como alguien preocupado por la seguridad al volante (Burger, 1999; Burger y Guadagno, 2003).

Se ha demostrado que hay una serie de variables que pueden afectar a la eficacia de la técnica. Por ejemplo, en un estudio se comprobó que, en comparación con un grupo control, la aceptación aumentaba cuando la segunda petición la hacía una persona diferente y con un intervalo de dos días. Sin embargo, si la segunda petición la hacía la misma persona e inmediatamente después de la primera, la aceptación era menor que en el grupo control (Chartrand, Pinkert, y Burger, 1999). También se ha señalado que es necesario que el blanco de influencia se implique desinteresadamente en la primera petición (Burger y Caldwell, 2003), y que las dos peticiones se refieran a la misma causa o requieran el mismo tipo de comportamiento (Burger, 1999).

Por medio de metaanálisis se han identificado una serie de variables que aumentan o disminuyen la eficacia de la técnica. La conclusión de este metaanálisis es que se incrementa la aceptación con la técnica del pie en la puerta cuando se dan las siguientes condiciones (Burger, 1999, p. 323):

- La persona blanco de influencia lleva a cabo la primera de las peticiones solicitada.
- Abiertamente se etiqueta a esa persona como altruista o defensora de esa causa.
- La petición inicial requiere algo más que un mínimo esfuerzo.
- No pasa mucho tiempo entre la primera y la segunda petición.

En cambio, las siguientes condiciones reducen la eficacia de la técnica e, incluso, pueden ocasionar que tenga el efecto contrario:

- Se informa a las personas de que muy poca gente está dispuesta a aceptar la primera petición.
- Se utiliza la misma persona para hacer la segunda petición inmediatamente después de la primera.
- Se paga a las personas por acceder a la primera petición.

Táctica de la “bola baja” (*low ball technique*)

Es otra táctica basada en la coherencia y el compromiso. Se trata, fundamentalmente, de conseguir que la persona tome la decisión de realizar una conducta sobre la base de una información errónea o incompleta. Una vez que la persona ha aceptado, cuando posteriormente recibe la información adecuada tiende a mantenerse en esa postura inicial, a pesar de que persistir en esa postura no le reporte los beneficios que esperaba. Aunque la persona tenga la oportunidad de volverse atrás, la tendencia general es mantener el compromiso inicial. Además, cuando el compromiso es público la persistencia en esa actitud inicial es mas probable (Burger y Cornelius, 2003).

El procedimiento seguido por Cialdini, Cacioppo, Basset y Miller (1978) para comprobar experimentalmente la eficacia de esta táctica sirve para ilustrar la estrategia en la que se fundamenta. En este estudio, se pidió a un primer grupo de estudiantes que accedieran a participar en un seminario que se celebraría a las 7 de la mañana. En esta condición, sólo se apuntó a asistir el 24%. A un segundo grupo se les hizo la misma propuesta, pero sin mencionar inicialmente a qué hora se iba a celebrar el seminario y, en esta condición, el porcentaje de estudiantes que se apuntó llegó al 56%. A este 56%, una vez que se habían comprometido a asistir al seminario, se les comunicó la hora, y se les dio la oportunidad de revocar su compromiso. Nadie anuló su participación y asistieron al seminario el 95% de los inscritos de ese grupo.

La investigación sobre esta táctica indica que es más eficaz cuando se utiliza solamente una persona como agente de influencia y cuando el primer compromiso es aceptado libremente por el blanco de influencia (Cialdini y Sagarin, 2005, p. 154).

Un buen ejemplo de aplicación de esta estrategia lo constituyen algunas prácticas de ventas. Es muy común que en una campaña de publicidad inicialmente se ofrezca un producto sumamente interesante, por su relación calidad-precio, como puede ser un automóvil de segunda mano, un viaje o un electrodoméstico. Una vez que el cliente ha tomado la decisión de comprar ese modelo de coche o de electrodoméstico, o de emprender ese viaje, se le informa que el producto no está ya disponible, pero que existen productos similares aunque de mayor precio.

Imaginemos que una persona ha planificado sus vacaciones sobre la oferta aparecida en una promoción de una agencia de viajes. Lo más probable es que no haya ido inmediatamente a comprobar si hay plazas, sino que previamente habrá hecho una serie de planes como con quién irá o en qué fechas y se habrá estado informando sobre las características que le interesan del lugar. Una vez en la agencia, a la que es posible que acuda con su pareja o con algún amigo que le va a acompañar en el viaje, el vendedor le mostrará los hoteles y todas las ventajas de esa promoción pero, al mismo tiempo, le informará que desgraciadamente ya no quedan plazas en esa oferta, aunque puede optar por algo similar, incluso mejor, pero sensiblemente más caro. Al final, la persona contrata el viaje en unas condiciones que, de haberlas conocido con anterioridad, seguro que no le habrían interesado.

La táctica de la “bola baja” y la del “pie en la puerta” tienen en común el activar el heurístico basado en el principio de coherencia. Sin embargo, hay una diferencia importante que hace que la táctica de la bola baja sea más eficaz, y es que el compromiso inicial surge por iniciativa del propio sujeto y no, como en la táctica del pie en la puerta, porque acceda a realizar una conducta que le ha sido solicitada. Véase en el Cuadro 21.7 una comparación de la eficacia de estas dos tácticas.

Cuadro 21.7: Comparación de la eficacia de las tácticas del “pie en la puerta” y de la “bola baja”.

Se realizó un experimento para comparar en un mismo contexto la táctica del “pie en la puerta” y la de la “bola baja”, con fumadores de más de 15 cigarrillos diarios. En cada una de las dos tácticas de influencia, y en función de la condición experimental, se pedía a los participantes que realizaran uno, dos o tres, comportamientos antes de realizar la conducta objetivo, que era pasar 18 horas sin fumar encerrados en un lugar controlado. La diferencia esencial entre ambas tácticas era que en las condiciones de “bola baja” a los participantes se les ofrecían 50 francos y, una semana después de que hubieran aceptado, se les decía que esa cantidad se había rebajado a 30 francos.

Aparecieron tres resultados:

- Las dos tácticas eran eficaces.
- La eficacia de la táctica de la “bola baja” fue siempre superior.
- Cuanto mayor era el número de comportamientos previos mayor era la aceptación.

Este estudio permite comprobar el efecto del incremento del coste de los comportamientos previos exigidos a los participantes. Por ejemplo, en la condición más eficaz de todas, la de “bola baja” con tres comportamientos, los participantes antes de aceptar la conducta objetivo:

- Habían rellenado un cuestionario.
- Habían concertado la cita por teléfono en una fecha anterior.
- Acudieron a la cita en el lugar previsto.

De esta forma, se comprobó que, a mayor número de conductas previas (es decir, a mayor esfuerzo y compromiso), mayor la aceptación. Esta relación se cumplía en las dos tácticas de influencia.

La explicación de estos resultados desde la teoría radical de la disonancia es como sigue: a medida que los participantes realizan conductas cada vez más comprometidas, sienten la necesidad de justificar su comportamiento. Según esta teoría, cada nuevo acto que se realiza contribuye a racionalizar los comportamientos previos (véase el capítulo sobre revisiones y nuevas aportaciones a la Teoría de la disonancia).

Fuente: Joule (1987).

Táctica de “incluso un penique es suficiente” (even-a-penny-helps technique)

Esta tercera táctica basada en el compromiso y la coherencia consiste sencillamente en focalizar la atención de las personas en valores importantes y estructurar la situación de influencia de tal forma que rechazar esa petición sería incoherente con los valores que mantienen.

Se trata de una táctica muy habitual en el marketing social, sobre todo para recaudar fondos con fines caritativos, y se ha demostrado su eficacia en varias investigaciones (Brockner, Guzzi, Kane, Levine y Shaplen, 1984; Cialdini y Schroeder, 1976; López-Sáez y Bustillos, 2007; Reeves, Macolini y Martín, 1987; Reingen, 1978; Weyant, 1984).

La petición suele formularse en términos como “¿Puede colaborar con alguna contribución? Incluso un euro es suficiente”, por lo que la persona se siente incapaz de no dar nada, ya que incluso una mínima ayuda se presenta como muy estimable. No obstante, la eficacia reside en que la persona da mucho más de lo que sugiere la petición. A todos nos gusta vernos como personas solidarias y sensibles a las necesidades de los desposeídos. Con esta táctica se apela al autoconcepto de la persona, que se percibiría como tacaña si no accediera a una petición tan pequeña y dejaría de ser coherente con los valores de solidaridad con los que le gusta identificarse.

Haz un donativo.

Un poco de ti, puede cambiar la vida de muchas personas.

**Hazte socio/a**

Con tan sólo 10 ¤ al mes, puedes hacer que cada día más personas tengan acceso a una vida digna

Un ejemplo de anuncio que aplica la táctica de “incluso un penique es suficiente”.

21.6 Simpatía

Si nos pide algo una persona familiar, agradable y simpática es más fácil que accedamos a esa petición que si se trata de alguien en quien no reconocemos esas cualidades. Cuando nos sentimos bien tendemos a ser más amables con los demás y, por lo tanto, es más probable que nos dejemos convencer ante cualquier petición. Por esa razón, la propaganda y la publicidad suelen recurrir al humor para inducir una emoción positiva, como la alegría, que se asociará al producto. El principio de simpatía es enormemente adaptativo y en él intervienen diferentes procesos psicológicos:

- Nos fiamos más de aquellas personas conocidas y con las que tenemos algún tipo de vínculo. La afiliación grupal y la desconfianza hacia los miembros de grupos extraños son características de los primates heredadas por los humanos.
- Por medio de un proceso de asociación (similar al condicionamiento clásico), tendemos a añadir a la característica relevante que nos agrada otra serie de características positivas.

El *principio de influencia* que va unido a la simpatía se podría expresar de la siguiente forma: se es más proclive a acceder a las peticiones de los amigos y de las personas agradables (Cialdini y Sagarin, 2005, p. 155).

La técnica de ventas en casas de amistades, de la que es paradigmático el ejemplo de Tupperware anteriormente expuesto, se fundamenta en lo difícil que resulta negarse a la petición de un amigo. Según indican Cialdini y Sagarin (2005, p. 155) las ventas de esta firma en todo el mundo se estiman en dos millones y medio de dólares al día, y se obtiene un éxito mayor precisamente en aquellas sociedades colectivistas con redes familiares y de amistad más fuertes.

Tácticas de influencia basadas en la simpatía

Es habitual que los productos se asocien a algo agradable y que despierte nuestra simpatía, ya sea la naturaleza, la ecología, el humor o un modelo atractivo (véase el Cuadro 21.8). En las campañas electorales, los políticos aparecen con famosos para participar de la simpatía que estas personas provocan en el público. Del mismo modo, es muy frecuente que se utilice la táctica de invitar a una persona a comer cuando se va entablar una negociación con ella. Es habitual que las personas se sientan más a gusto en una comida y que ello les haga parecer más simpáticas, lo que redunda en un aumento de la probabilidad de que se facilite la negociación (Razran, 1940, citado en Cialdini 2001, p. 167).

Cuadro 21.8: La utilización del humor suscita la emoción de alegría.



El *principio de simpatía* se aplica con frecuencia en publicidad a través del humor, que induce una emoción positiva de alegría y la asocia al producto que se intenta vender. La revisión sobre la eficacia del humor en publicidad pone de manifiesto lo siguiente:

Efectos positivos:

- El humor atrae la atención.
- No perjudica la comprensión.
- Incrementa el afecto positivo hacia el mensaje.
- Es más efectivo con los productos ya conocidos que con los nuevos.
- Es más efectivo con productos que no exigen una alta implicación del receptor, es decir, poco importantes para la audiencia.

Precauciones:

- El humor *per se* no incrementa la persuasión ni la credibilidad de la fuente.
- El sexo, la edad, o el grupo étnico pueden afectar a los resultados del mensaje.
- El humor puede resultar inapropiado para anunciar determinados productos.

Ejemplos de estrategias de influencia basadas en este principio los podemos encontrar en cualquier campo en que exista un agente de influencia. Los profesionales de la convicción utilizan con frecuencia los siguientes mecanismos para aumentar la simpatía y, a través de ella, su poder de persuasión: el atractivo físico, la semejanza, la cooperación o los halagos.

- **Atractivo físico:** está tan extendida la práctica de utilizar a personas atractivas como agentes de persuasión, lo mismo en ventas que en publicidad, que no es necesario abundar en ejemplos. El atractivo físico aumenta la simpatía porque existe una reacción positiva automática hacia las personas bien parecidas. Además del atractivo físico que ya poseen, a estas personas se les atribuyen una serie de cualidades de personalidad también positivas, como inteligencia, bondad u honradez, que las convierte en un dechado de virtudes. Esta respuesta asociativa, que se conoce como *efecto halo*, se ha comprobado experimentalmente en diferentes situaciones y también como señuelo para lograr que se acepten peticiones (Burger, Soroka, Gonzago, Murphy y Somervell, 2001). Así, por ejemplo, la personas atractivas reciben más votos en unas elecciones, y el sistema judicial es más benévolo en las sentencias que les impone (véase Cialdini y Sagarin, 2005, p. 156).
- **Semejanza:** es otro factor que puede contribuir a que se acepte la persuasión. Confiamos más en las personas que se asemejan a nosotros y, por esa razón, es más probable que aceptemos sus demandas. Esa semejanza puede referirse a aspectos tan diversos como etnia, lugar de procedencia, opiniones o aficiones e, incluso, a cosas muy triviales. Por eso, cuando una persona intenta parecernos simpática busca algún punto en común. Una simple frase del tipo “¡qué coincidencia, yo también soy de ese equipo de fútbol!” puede garantizar que se lleve a término un buen negocio (Burger, Messian, Patel, del Prado y Anderson, 2003). La ropa funciona como un heurístico que lleva a percibir semejanza con las personas que visiten de forma similar a nosotros. Varios estudios citados por Cialdini (2001) han demostrado que se ayuda más a las personas que visten como nosotros y que se aceptan en mayor medida

sus peticiones. Incluso la similitud en el nombre puede contribuir a aumentar el deseo de complacer una solicitud. Garner (1999, citado en Cialdini y Sagarin, 2005, p. 157) manipuló el nombre del firmante de una encuesta enviada por correo, de forma que se asemejara al del receptor. Por ejemplo, Cynthia Johnson recibía la petición remitida por Cindy Johanson, mientras que Robert Greer la recibía firmada por Bob Gregar. En dos experimentos diferentes, esta manipulación consiguió que se doblara la tasa de cuestionarios respondidos.

- **Cooperación:** la cooperación para conseguir una meta une de manera significativa a las personas implicadas, y cooperar en una tarea con éxito es uno de los mecanismos más poderosos para producir simpatía. Cooperar favorece la simpatía porque facilita el contacto, y tendemos a confiar más en las personas con las que nos hemos familiarizado. No obstante, para que ese contacto facilite la simpatía no deben darse condiciones que provoquen sentimientos negativos, por ejemplo de competitividad o conflicto, ya que socavarían cualquier sentimiento de simpatía. Por esa razón, los expertos en ventas con frecuencia se presentan a sí mismos como cómplices del comprador frente a la dirección, simulando estar dispuestos a cooperar con el cliente para conseguirle unas ventajas que no gustarían a los jefes. Por ejemplo, les pueden ofrecer el producto con unas condiciones que sólo se otorgan a los familiares de los empleados, pidiéndoles que no lo divulguen porque le pondrían en un compromiso si llegara a oídos de la dirección. Así suscitan una confianza en el comprador que asegura la venta.
- **Halagos:** las personas somos por lo general tan vulnerables a los halagos que los expertos en persuasión, conscientes de su eficacia, frecuentemente los utilizan como táctica para conseguir sus fines. Incluso cuando sabemos que no son ciertos, los elogios y halagos que recibimos aumentan la simpatía hacia la persona que nos los hace, debido a que las alabanzas provocan un estado afectivo placentero. Sin embargo, si los elogios son excesivos pueden ser contraproducentes, porque la intención resulta demasiado obvia al receptor.

21.7 Escasez

Independientemente de la necesidad o atracción que sintamos por un objeto, tendemos a valorarlo más cuanto más raro o escaso es. Pensemos, por ejemplo, en el valor que alcanzan para los coleccionistas determinados sellos que tienen un defecto o que son únicos, al margen de su apariencia estética. Consideramos más valioso lo menos accesible por dos razones. En primer lugar, porque sabemos que las cosas más difíciles de conseguir suelen ser mejores que las fáciles de conseguir, y puede que no todos las puedan lograr. En segundo lugar, porque cuando algo no nos es accesible nuestra libertad se ve coartada, y ese sentimiento de pérdida de autonomía suscita una reacción que lleva a recuperarla. Según la *Teoría de la reactancia psicológica* (Brehm, 1966), esta sensación de pérdida de control provoca el deseo de luchar para conseguir aquello que nos prohíben o que resulta especialmente difícil. En esos momentos, funciona el heurístico de que no hay que dejar pasar una oportunidad que se presenta como única, exclusiva o prohibida. La reactancia psicológica es muy acusada en la adolescencia, por lo que resulta especialmente atractivo todo lo que está prohibido durante esa etapa de la vida.

El efecto que causa la censura en la divulgación de una obra literaria o cinematográfica es un claro ejemplo de cómo funciona la reactancia psicológica. Basta que se prohíba cualquier obra por la autoridad civil o religiosa para que inmediatamente aumente el interés de la gente por ella, aunque rara vez se admita que ese interés se ha acrecentado debido a la prohibición. Los grupos políticos marginales frecuentemente se ven favorecidos por la censura, ya que cuando se prohíben sus conferencias o publicaciones, y estas se transmiten de forma clandestina, la

gente se siente más atraída por esa información. La investigación ha demostrado que se desea más recibir la información prohibida, que se la juzga más favorablemente que si no lo está y, lo que es más sorprendente, que resulta más creíble que si no está prohibida (Worchel, 1992; Worchel y Arnold, 1973; Worchel y Arnold y Baker, 1975).

El *principio de complacencia basado en la escasez* se puede formular como “uno debe asegurarse aquellas oportunidades que son escasas o pasajeras” (Cialdini y Sagarín, 2005, p. 159). ¿Por qué es adaptativa esta tendencia? Pensemos, por ejemplo en las épocas ancestrales en las que el ser humano dependía para su supervivencia de alimentos que podían ser escasos en determinados momentos. Dejar pasar una oportunidad de tomarlos o de almacenarlos le podría costar muy caro. Del mismo modo, cualquier conocimiento privilegiado permite aumentar la capacidad de control sobre el medio físico y, lo que es más importante, sobre otras personas. Precisamente porque dejarse influir por estos mecanismos provocados por el principio de escasez es útil en muchas ocasiones, los expertos en influenciar lo usan frecuentemente como táctica.

Tácticas de influencia basadas en la escasez

Entre las tácticas de influencia que se apoyan en este principio destacan las siguientes:

- Limitación del número de ejemplares del producto.
- Limitación del tiempo de adquisición del producto.
- Convencer de que se trata de una ocasión única.

Las series limitadas de grabados, botellas de vino o joyas son un buen ejemplo del valor que se concede a cualquier producto cuando no es asequible a cualquiera. Cuanto menor es la tirada de la serie, mayor es el valor que el producto adquiere. De forma similar actúa la limitación temporal para la adquisición de un producto. Si se saca a la venta un producto con un plazo limitado e improrrogable, la persona no puede posponer su decisión, así que, ante la duda, funcionará el “ahora o nunca” como heurístico que favorecerá la adquisición. Las oportunidades en los grandes almacenes y las promociones del tipo “la semana de oro” se basan en este mecanismo de no dejar pasar una ocasión que se presenta como única.

Una clara demostración empírica de que lo más escaso se desea y se valora más la proporcionaron Worchel, Lee y Adewole (1975) en un estudio sobre preferencias del consumidor. El procedimiento consistía en ofrecer una galleta y pedir que se evaluara en cuanto a sabor, precio y atractivo general. En una de las condiciones, la caja contenía diez galletas, mientras que en la otra condición sólo había dos. Las galletas más escasas fueron mejor evaluadas en todos los aspectos, a pesar de que eran exactamente igual que las más abundantes.

21.8 Autoridad

Cualquier persona que detente una autoridad legítima es enormemente influyente. Seguir las instrucciones o demandas de la autoridad es adaptativo por dos razones. Por un lado, las personas que han llegado a una posición de poder, bien sea económico, político o social, si ha sido por una vía legítima, han obtenido el reconocimiento social por parte de aquellos que les han otorgado esa posición por su nivel de conocimiento o de dominio. Por otro, normalmente esas personas tienen la posibilidad de controlar recursos, distribuyendo premios y castigos. En el proceso de socialización se nos inculca que obedecer a la autoridad es la conducta correcta y, desde muy pequeños, estamos acostumbrados a seguir las directrices de los padres y de los profesores. El *principio de influencia basado en la autoridad* se podría expresar como “se debe

ser más proclive a seguir las sugerencias de alguien que es una autoridad legítima” (Cialdini y Sagarín, 2005; p. 160).

Tácticas de influencia basadas en la autoridad

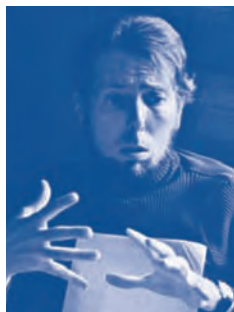
Las tácticas de influencia social basadas en la autoridad se asientan, fundamentalmente, en provocar una reacción automática recurriendo a símbolos que evocan el poder. La estrategia consiste en aparentar autoridad, sin que sea necesario demostrarla. Los experimentos realizados por Stanley Milgram son un ejemplo incuestionable de cómo funcionamos los seres humanos ante los requerimientos de la autoridad (véase el Cuadro 21.9). Hay tres tipos de símbolos que han demostrado su eficacia para desencadenar esa pauta de respuestas automáticas:

- Los títulos (por ejemplo, académicos o nobiliarios).
- La indumentaria.
- Los adornos, como las joyas o los coches (porque suelen ser una expresión del poder económico de la persona).

Los títulos académicos están estrechamente asociados al conocimiento. Si una persona esgrime como táctica de influencia un título, inmediatamente se la va a considerar una experta en la materia. Pero no es necesario que lo sea para que ejerza la influencia que se espera como autoridad en esa especialidad. Por ejemplo, cuando en un mensaje publicitario un actor que interpreta el papel de un médico en una popular serie recomienda un determinado alimento —una táctica muy común en publicidad— se le atribuyen esas competencias de experto, aunque sea de sobra conocido que no ostenta ese título. Si ese actor es un señuelo para conseguir que se consuma el producto que aconseja es porque la fuerza del principio de autoridad y su automatismo funcionan como un heurístico.

La indumentaria es otro de los mecanismos importantes de influencia automática, así como las joyas o los coches, ya que simbolizan un tipo de autoridad general basada en el poder económico, e impresionan a la gente porque se asocian a alta categoría y a elevada posición social. En varias investigaciones (citadas en Cialdini y Sagarín, 2005, p. 162) se ha puesto de manifiesto la importancia de estos símbolos como mecanismo de influencia. Por ejemplo, se sigue más a un hombre que atraviesa la calle por zona prohibida si viste con traje y corbata que si lo hace la misma persona mal vestida (Lefkowitz, Blake y Mouton, 1955); se respeta más que tarde en arrancar un coche si es lujoso que si es viejo (en este caso, inmediatamente se toca el claxon; Doob y Gross, 1968); del mismo modo, Bickman (1974) encontró que se atendía más a la petición de un guardia de seguridad, incluso cuando se trataba de una solicitud ajena a su cometido, como podía ser el recoger un papel del suelo, si se trataba de una persona uniformada.

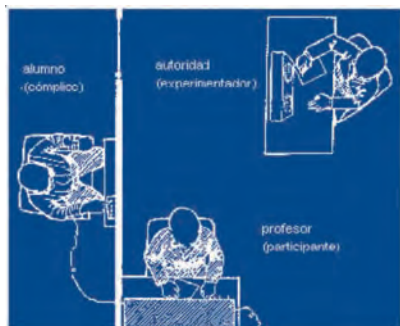
No parece extraño, por lo tanto, que los timadores se sirvan de argucias basadas en estos símbolos para conseguir sus propósitos. Cialdini y Sagarín (2005, p. 162) toman como ejemplo el procedimiento de un conocido timo para ilustrar la eficacia de los símbolos asociados a la autoridad. Un hombre vestido elegantemente se presenta en casa de la víctima y le dice que es un ejecutivo del banco en el que tiene sus ingresos, y que tratan de coger *in fraganti* a uno de los empleados del que sospechan que se está quedando con dinero de los clientes en las transacciones. Le solicitan que coopere retirando el dinero de la ventanilla en la que trabaja ese empleado, para ver si realmente está defraudando. Una vez que la víctima ha realizado la operación, un cómplice, convenientemente vestido de guardia de seguridad, recoge de nuevo el dinero con la supuesta intención de reingresarlo en la cuenta de la víctima. Los atuendos de los dos timadores impiden que la víctima sospeche que nunca más volverá a ver su dinero.

Cuadro 21.9: *La obediencia debida a la autoridad.*

Stanley Milgram
1933-1984

¿Cómo es posible que miles de personas acaten órdenes que tienen como consecuencia genocidios o desapariciones masivas de personas a las que impunemente asesinan? En torno a los años 60, Stanley Milgram realizó una serie de experimentos en el laboratorio de Psicología social de la Universidad de Yale que han pasado a ser referencia obligada cuando se trata el asunto de la influencia ejercida por la autoridad. Milgram trató de reproducir en el laboratorio el fenómeno de la obediencia ciega, muchas veces en contra de los principios más elementales de la ética y la compasión, tantas veces observada en la vida cotidiana y a lo largo de la historia. De hecho, este experimentador estableció un paralelismo entre sus resultados y el Holocausto, buscando una explicación psicosocial de los hechos ocurridos en Alemania y de cómo los nazis pudieron conseguir que una buena parte del pueblo les obedeciera en sus actos criminales. Estos experimentos pusieron de manifiesto que la explicación de este tipo de hechos no hay que buscarla en trastornos psicopatológicos, sino en procesos de influencia social.

La muestra estuvo compuesta por personas de diferentes edades y extracción social. Se reclutó a los participantes a través de anuncios en la prensa en los que se solicitaba voluntarios para participar en un experimento sobre memoria a cambio de dinero. No se trataba, por lo tanto, de estudiantes para los que la figura de un profesor pudiera tener un significado especial. Al llegar al laboratorio, los participantes se encontraban con el experimentador y con un hombre de mediana edad y de aspecto amable que, supuestamente, también había acudido a participar en el experimento, pero que en realidad era un cómplice del experimentador. Después de explicar que el experimento trataba de comprobar los efectos del castigo en el aprendizaje, se sorteaba quién hacía de alumno y quién administraba los castigos. El sorteo estaba trucado, de modo que el cómplice siempre hacía de alumno.



A continuación pasaban a un laboratorio en el que se ataba al “alumno” a una silla y se le aplicaban unos electrodos en las muñecas para suministrar descargas eléctricas. Al participante se le daba la instrucción de que tenía que aplicar las descargas cada vez que el que hacía de alumno se equivocara en la tarea de memoria, consistente en repetir pares de palabras asociadas. Con cada nuevo error, debería incrementar la intensidad de las descargas, que iban desde baja intensidad (las iniciales) hasta los 420 voltios, estas últimas señalizadas como peligrosas. Se explicaba que, aunque las descargas podían ser muy dolorosas, nunca causaban lesiones irreversibles.

El alumno iba cometiendo errores, de modo que las descargas y su incremento se iban sucediendo. Por supuesto, esas descargas eran ficticias pero el sujeto lo desconocía. Al llegar a las descargas de 120 voltios, el cómplice comenzaba a quejarse y a decir que quería dejar la prueba, pero el experimentador animaba al participante a seguir para así poder realizar el experimento. El 65 por ciento de los participantes llegaron a aplicar la máxima descarga, respondiendo así a los requerimientos de una persona a la que consideraban una autoridad en el contexto en el que se realizó la prueba.

Es importante señalar que los experimentos de Milgram se han repetido en varias ocasiones y que siempre se han obtenido resultados en la misma línea (Milgram, 1974). En España, sin ir más lejos, con el paradigma de Milgram se obtuvieron tasas de sometimiento a la autoridad del 90 por ciento (Miranda, Caballero, Gómez y Zamorano, 1981).

21.9 Variables que afectan a los procesos de influencia interpersonal

Los procesos de influencia a los que nos hemos referido en este capítulo son dinámicos. Es decir, existe una interdependencia entre el agente de influencia y su blanco, que determina la eficacia de la táctica empleada. Es preciso considerar que en esa interacción, entre agente y blanco de influencia, entran en juego una serie de factores personales y sociales que determinan el resultado. La eficacia de las tácticas de influencia depende, en definitiva, del contexto social en el que se ejercitan. Una táctica puede resultar muy efectiva en una situación o con determinada persona y, sin embargo, fracasar en otras ocasiones. ¿Nos hemos preguntado alguna vez cómo puede seguir cayendo gente en timos tan conocidos como el de la estampita, en los que las intenciones de fraude son evidentes? Por mucho que pueda sorprendernos, todos los años se publican en la prensa noticias que testifican que estos timos tan obvios continúan funcionando. Seguramente, ninguno de nosotros habrá sido blanco de ese tipo de engaños, porque los expertos en influencia saben en qué momento y con quién pueden usar una u otra táctica. Como se ha comentado, las tácticas de influencia se fundamentan en principios normativos, y su éxito depende de qué norma es más valorada en cada situación y de los aspectos que valora cada persona.

Factores individuales que afectan a los procesos de influencia

La eficacia de las tácticas de influencia está condicionada por una serie de diferencias individuales, entre las que destacan la orientación individualista o colectivista y las preferencias personales por la coherencia (Cialdini, Trost y Newsom, 1995; Guadagno, Asher, Demaine y Cialdini, 2001).

- *Individualismo*: las estrategias basadas en el principio de coherencia (táctica del pie en la puerta, de la bola baja) son más eficaces en personas de orientación individualista.
- *Colectivismo*: las estrategias basadas en la validación social (por ejemplo, destacar que es algo que hace la mayoría) son más eficaces en personas colectivistas.
- *Preferencia por la coherencia*: afecta a los resultados obtenidos con la táctica del pie en la puerta; en las personas que puntúan alto en esta variable los efectos de esta táctica son mayores.

Factores contextuales que afectan a los procesos de influencia

Diversos estudios se han centrado en el impacto de la cultura sobre los procesos de influencia. Destacan, entre ellos, dos llevados a cabo en Polonia, culturalmente colectivista, y en los Estados Unidos de Norteamérica, culturalmente individualista.

El primero de ellos (Cialdini, Wosinska, Barrett, Butner y Gornik-Durose, 1999) comparó tácticas de influencia basadas en el principio de coherencia (tendencia a usar un comportamiento realizado anteriormente como estándar para aceptar la demanda de influencia) con tácticas basadas en el principio de validación social (tendencia a usar el comportamiento de otros similares para aceptar o no esa demanda). Se obtuvieron los siguientes resultados:

- Los dos principios influían en los dos países.
- El impacto de la coherencia era mayor en los Estados Unidos de Norteamérica.
- Mientras que el de la validación social era mayor en Polonia.
- Las diferencias encontradas obedecían más a diferencias individuales en individualismo-colectivismo que a diferencias culturales, es decir, las personas colectivistas, tanto de Polonia como de los Estados Unidos de Norteamérica, basaban más su comportamiento de aceptación de los intentos de influencia en lo que hacían otras personas, mientras que las personas individualistas, también de los dos países, lo basaban en su historia de comportamientos similares.

El segundo estudio del mismo equipo de investigadores (Barrett, Wosinska, Butner, Petrova, Gornik-Durose y Cialdini, 2004) confirmó que, en las dos culturas, las personas colectivistas estaban más motivadas a acceder a una petición por razones basadas en las responsabilidades sociales que las personas individualistas. Se constata, una vez más, que las diferencias individuales explican la aparición de comportamientos similares en culturas diferentes, aunque también influyan las diferencias contextuales asociadas a cada cultura.

Factores normativos que afectan a los procesos de influencia

La existencia de diferencias, tanto entre culturas como entre individuos, resalta la importancia del papel de las normas en la regulación de los principios de influencia. En el contexto de las elecciones políticas, en una investigación en la que se analizó cómo se percibía la propaganda y la publicidad, hemos comprobado que se acepta mejor la influencia basada en la coherencia, seguida de la basada en la reciprocidad, y que la menos aceptada es la basada en la simpatía (López-Sáez, Martínez-Rubio y Arias, 1997). Otros estudios posteriores confirmaron estos resultados, que reflejan cuáles son los aspectos normativos importantes en la situación de emitir el voto (López-Sáez y Martínez-Rubio, 1999; Martínez-Rubio y López-Sáez, 2000). La explicación es que en una democracia se considera normal aceptar la influencia basada en las ideas políticas previas (coherencia) o en los beneficios ofrecidos por los partidos en sus programas (reciprocidad), no así la influencia basada en la simpatía de los candidatos, porque esto parecería poco serio.

21.10 Vulnerabilidad y resistencia a la influencia

A las personas les cuesta reconocer que se dejan influir. Preferimos creer que tomamos libremente las decisiones sobre nuestra forma de actuar sin que nos dejemos influir por otras personas. Dejarse influir está mal visto, ya que denotaría que nuestras actitudes y creencias son poco consistentes y, como ya se ha comentado, la consistencia y la coherencia son normas sociales muy valoradas. Por el contrario, no nos cuesta reconocer cuándo otra persona se deja manipular. La propaganda y la publicidad se sustentan en tácticas de influencia como las que se han visto a lo largo de este capítulo, y los enormes gastos dedicados a la publicidad se recuperan con creces a través del consumo. El impacto de este tipo de influencia sobre el comportamiento de los consumidores no se cuestiona en marketing. Sin embargo, a cada uno de nosotros nos costaría reconocer que nuestra conducta de consumo está marcada, en buena medida, por procesos de influencia. Otra cosa es que creamos que, en general, la publicidad es eficaz porque los demás son muy vulnerables a su influencia y, por lo tanto, es capaz de modificar las actitudes y comportamientos de buena parte de la población expuesta a sus mensajes. Esta tendencia, muy generalizada, a creer que los otros son más vulnerables a la influencia de los medios de comunicación que uno mismo se ha denominado, dentro del campo de la comunicación, *efecto tercera persona* (Davison, 1983). Este término recoge la idea central de este fenómeno: las personas, cuando tratan de evaluar los efectos de los medios de comunicación perciben que el mayor impacto no se da en “mi” o en “ti”, sino en “ellos”, es decir, en terceras personas.

El problema de negar los efectos de la influencia en uno mismo es que impide que nos percatemos de la existencia de esa influencia, lo que hace que seamos presa fácil de cualquier táctica. Sin embargo, al identificar el mecanismo de persuasión, la persona tiene la oportunidad de elaborar su propio criterio y decidir si va a responder afirmativamente o no a la demanda que se le hace. La eficacia de las tácticas de influencia se explica por la tendencia a reaccionar de forma automática ante determinados indicios (véase el Cuadro 21.10). Esta forma de actuar, correcta y fiable en

muchas ocasiones, nos hace vulnerables a la manipulación. Por esa razón, estar atentos y conocer cómo funcionan las estrategias de influencia de las que somos blanco nos permite protegernos de aquellos procedimientos que consideremos ilegítimos o poco honrados.

Cuadro 21.10: *Origen de la vulnerabilidad selectiva a los intentos de influencia. Más allá de la interacción entre extraños (Elena Gaviria Stewart).*

Entre los factores que influyen en que se usen unas tácticas de influencia u otras, y en el éxito de dichas tácticas, hay dos a los que los psicólogos sociales no han dedicado excesiva atención pero que desde una perspectiva evolucionista tienen mucha importancia, puesto que se refieren a aspectos muy básicos de la vida social: el primero es el tipo de relación que existe entre el agente y el blanco de influencia, y el segundo, el estado motivacional del blanco, es decir, el tipo de meta social que pretende conseguir en el momento en que el agente trata de influir sobre él. Antes de analizar estos dos factores queremos recordar que los argumentos evolucionistas toman como punto de referencia, no al ser humano contemporáneo, sino a sus antepasados de la edad de piedra, ya que fue supuestamente durante ese largo periodo evolutivo cuando se gestaron y evolucionaron las capacidades y mecanismos psicológicos que poseemos ahora.

Desde este punto de vista, el proceso de influencia social es la forma en que los individuos intentan negociar un equilibrio entre sus propios intereses y los del otro, de manera que las relaciones dentro del grupo no se deterioren y sean beneficiosas para todos, algo que en los duros tiempos en que nuestros ancestros evolucionaron pudo suponer la diferencia entre sobrevivir o desaparecer. Esta es, sin duda, la explicación de por qué están tan arraigadas en nosotros las tendencias a influir en los demás y a dejarnos influir por ellos.

Ahora bien, esas tendencias no son indiscriminadas, sino que se adaptan al tipo de relación que mantenemos con el otro, puesto que cada relación plantea exigencias concretas y, por tanto, ha propiciado la evolución de estrategias diferentes para satisfacerlas. El hecho de que Cialdini se inspirara en las tácticas empleadas por los profesionales de la publicidad y la propaganda para diseñar su modelo de los seis principios ha llevado a que la mayor parte de los estudios se centren exclusivamente en relaciones no familiares y a corto plazo; pero la influencia no se da sólo entre extraños (Oriña, Wood y Simpson, 2002). Si, como parece, nuestra especie ha evolucionado en grupos más bien reducidos, con lazos fuertes y duraderos entre sus miembros, y en los que el contacto con extraños no debía de ser muy frecuente, resulta probable que los mecanismos de influencia se hayan tenido que adaptar a esas distintas relaciones. Las características del vínculo entre dos individuos afectan de forma importante a los costes y los beneficios de dejarse influir, y al éxito de las tácticas empleadas para lograr esa influencia, así como a la reacción ante la percepción de haber sido engañado. No es lo mismo tratar de convencer de algo a un padre, que a una pareja, a un amigo, o a un cliente, o a un subordinado que a un superior, ni se arriesga o se gana lo mismo dejándose convencer por cada uno de ellos. Por ejemplo, la reacción ante un intento de influencia engañosa por parte de un familiar cercano (un hijo, un padre) es mucho más tolerante que si el fraude procede de un extraño.

Una muestra de que el grupo es el contexto en el que han evolucionado los mecanismos de influencia y conformidad es el hecho de que los principios de influencia propuestos por Cialdini, a pesar de estar basados en estrategias empleadas en interacciones entre extraños, se aplican perfectamente a las relaciones que probablemente mantenían entre sí los miembros de los grupos humanos ancestrales. Si repasamos los argumentos expuestos a lo largo de este capítulo sobre las funciones adaptativas (es decir, la utilidad para la supervivencia de nuestra especie) en las que se basa cada principio de influencia, veremos que todas se refieren al mantenimiento de las relaciones dentro del grupo: compartir recursos y devolver favores (*reciprocidad*) ayuda a la supervivencia de todos los implicados, y es una muestra de que uno está dispuesto a mantener una relación y de que es de fiar, como ocurre también cuando uno cumple lo que dice (*compromiso/coherencia*). Congraciarse con los que nos gustan (*simpatía*) aumenta la confianza mutua y favorece una alianza con esos individuos. Imitar lo que hace la mayoría (*validación social*) o seguir las directrices de los miembros que valoramos del grupo

Continúa

(*autoridad*) nos permite aprovechar su experiencia, sobre todo cuando se nos presenta un problema nuevo; además, la conformidad con las normas del grupo hace que las relaciones sean más fluidas. Por último, la tendencia exagerada a reaccionar ante la *escasez* facilitó el acopio de recursos valiosos no duraderos, lo cual, aparte de la función directa de supervivencia para el individuo y sus parientes, suponía también la diferenciación positiva de otros miembros del grupo con los que se competía por el estatus o la pareja, además de aumentar el propio valor como miembro de una coalición.

Una consecuencia de este *fundamento endogrupal* de los procesos de influencia directa es que para tener éxito es necesario activar esa conciencia endogrupal. Esto es algo que los publicistas y demás expertos en el arte de convencer manejan muy bien. La finalidad de la mayoría de las tácticas presentadas en este capítulo es transformar al agente de influencia, a los ojos del blanco, en un miembro de su endogrupo, de manera que aumente en éste la confianza, el sentimiento de obligación, y la necesidad de quedar bien con aquél. De hecho, algunos autores han propuesto que esa tendencia que tenemos a categorizar automáticamente a los demás como miembros del endogrupo o del exogrupo aumenta nuestra vulnerabilidad al engaño por parte de agentes de influencia sin escrúpulos (Sundie, Cialdini, Griskevicius y Kenrick, 2006). Es cierto que, junto con la susceptibilidad a la influencia de los demás, también han evolucionado algunos medios para defendernos de su abuso, como el mecanismo de detección de tramposos (véase el capítulo sobre procesos psicosociales desde la perspectiva evolucionista), o la llamada *reciprocidad negativa* (pagar en la misma moneda, castigando al que engaña). Pero también es cierto que estos mecanismos estaban adaptados a las condiciones sociales en que vivieron nuestros ancestros, en las que no debía de ser muy frecuente que un extraño se hiciera pasar por miembro del endogrupo con fines fraudulentos y se esfumara antes de que la víctima pudiera detectar el engaño y tomar represalias contra él.

Al igual que el tipo de relación entre agente y blanco determina el éxito o fracaso de los intentos de influencia, el ámbito social en el que se produce esa influencia también marca qué estrategias son más o menos apropiadas. Cada tipo de situación va asociada con un estado motivacional en los individuos implicados, y si la táctica empleada por el agente no encaja con las metas que en ese momento persigue el blanco, sus intentos de influencia probablemente fracasarán.

Los psicólogos evolucionistas sugieren que los seres humanos se han enfrentado desde tiempos ancestrales a una serie de problemas persistentes en diversos ámbitos sociales, problemas que debían resolver para poder sobrevivir y reproducirse: formar coaliciones con otros miembros del grupo, lograr y mantener un estatus, protegerse ellos mismos y a aquellos a quienes valoraban frente a cualquier amenaza, encontrar pareja y mantener el vínculo con ella, y cuidar de los miembros de la familia (Kenrick, Li y Butner, 2003). Cada uno de estos dominios, por tanto, lleva asociadas unas metas, es decir, un estado motivacional encaminado a resolver esos problemas, que puede ser activado por el propio pensamiento o por estímulos externos. La activación de una de estas metas puede facilitar o inhibir la posterior activación de otras. Por ejemplo, si en un hombre está activa la meta de encontrar pareja, puede ser más susceptible a cualquier posibilidad o amenaza relacionada con el estatus, que está vinculado al éxito en las conquistas. Pero si la meta activada se refiere a la autoprotección frente a alguna amenaza presente contra la integridad física, probablemente quedarán inhibidas las metas de búsqueda de pareja y preocupación por el estatus.

¿Cómo afecta esto a los procesos de influencia? Fundamentalmente de dos formas. Puesto que la activación de determinadas metas se traduce en una propensión a dejarse influir por determinados tipos de tácticas, para tener éxito, el agente de influencia debe emplear tácticas que se ajusten al estado motivacional concreto del blanco. Por ejemplo, sería un error recurrir a tácticas basadas en la validación social cuando las metas que el blanco tiene activas se refieren al logro de un mayor estatus (en este caso sería mucho más apropiado apelar al principio de escasez). Pero, por otra parte, el propio agente de influencia puede hacer que se active un determinado estado motivacional en el blanco que sirva para sus propósitos persuasivos. De hecho, esto es lo que consiguen las tácticas de influencia revisadas en este capítulo, y el lector puede hacer el ejercicio de descubrir cómo lo logran.

Aunque la mayor parte de la investigación psicosocial sobre influencia se ha centrado en interacciones no duraderas entre extraños y en cómo los distintos principios de influencia pueden ser explotados por agentes sin escrúpulos, la consideración del contexto evolutivo para el que han sido diseñadas las diferentes estrategias puede aportar ideas sobre por qué funcionan y cómo podemos evitar que sean empleadas de forma abusiva.

La aplicación de los principios de influencia puede ser socialmente útil, ya que los mismos principios que sirven para embaucar o para aprovecharse sirven para educar. Las mismas tácticas que se emplean para vender tabaco pueden emplearse con éxito para campañas de marketing social, como puede ser la prevención del SIDA o de los accidentes de tráfico, promoción de la salud, preservación del medio ambiente o defensa de las especies en extinción. Si los principios de influencia les funcionan a los profesionales de la persuasión es, precisamente, porque resulta funcional seguirlos. Normalmente, es adaptativo seguir las sugerencias de la autoridad o de un amigo, responder con favores cuando nos han beneficiado en algo, no dejar pasar una oportunidad, o ser consecuente con nuestras actitudes, creencias y acciones. El uso ético de los principios de influencia radica, principalmente, en que su objetivo sea engañoso y fraudulento o sincero y orientado a un fin aceptable (Cialdini, 1999; citado en Cialdini y Sagarin, 2005, p. 162).

En la mayoría de las ocasiones, los blancos de influencia son capaces de captar esa distinción entre la influencia legal y la fraudulenta y decidir si aceptan o no la propuesta del agente de influencia. Por otra parte, la resistencia a la influencia engañosa se puede entrenar si se enseña a distinguir la influencia legítima de la ilegítima. En esta línea, Sagarin, Cialdini, Rice y Serna (2002) comprobaron en tres estudios la eficacia de implantar un tratamiento para diferenciar entre la influencia basada en una autoridad legítima (auténticos expertos hablando de su área de conocimiento) de aquella basada en una falsa autoridad (falsos expertos o expertos hablando de otro área de conocimiento). Después de llevar a cabo el tratamiento, los anuncios basados en una autoridad ilegítima resultaban menos persuasivos, mientras que los basados en una autoridad legítima aumentaban su capacidad de influir. Asimismo, se comprobó que la resistencia a la persuasión generada por el tratamiento se generalizaba a nuevos anuncios, persistía en el tiempo y se producía también en contextos ajenos al laboratorio. Además, se demostró que suprimir la ilusión de invulnerabilidad a la persuasión engañosa, típica en todos los participantes, maximizaba la resistencia a ese tipo de persuasión embaucadora.

Con algunas excepciones, como la Teoría de la inoculación (McGuire, 1964) o los estudios en los que se ha analizado los efectos de avisar que hay intención de influir (Petty y Cacioppo, 1977; 1979), la Psicología social se ha interesado mucho más en investigar qué estrategias son más eficaces a la hora de persuadir que en estudiar cómo se puede resistir a las tácticas de influencia. Sin embargo, sería importante profundizar en los mecanismos de resistencia tanto teniendo en cuenta su enfoque teórico como las posibilidades de aplicación que podrían aportar, por ejemplo, en educación o en la protección al consumidor.

21.11 Resumen

Continuamente nos vemos afectados por procesos de influencia intencionada, en los que unas veces somos el agente y otras el blanco de esa influencia. En estos procesos, que se producen en contextos de interacción muy diferentes, los agentes de influencia utilizan determinadas estrategias para conseguir sus objetivos. Muchas de estas estrategias se fundamentan en principios psicológicos básicos, útiles y adaptativos en la mayoría de las interacciones sociales. Cialdini ha propuesto una tipología en la que las diferentes estrategias se pueden clasificar en el marco de seis principios psicológicos: reciprocidad, validación social, compromiso/coherencia, simpatía, escasez y autoridad.

El principio de reciprocidad es una de las normas más importantes de convivencia y, frecuentemente, se accede a la petición de otro para ser consecuente con esta regla. La norma se puede resumir en que se debe satisfacer la petición de una persona que previamente ha proporcionado un favor o una concesión.

Continúa

Dos tácticas de influencia se fundamentan en la reciprocidad: dar algo para incitar a corresponder posteriormente, y la táctica denominada “con la puerta en la cara”, que consiste en hacer una concesión inicial para conseguir futuras concesiones.

Las personas comprobamos lo adecuado de nuestra conducta observando la de otras personas. Según este mecanismo de comparación tan habitual, es más fácil que se acepte una petición o se realice un comportamiento si es consistente con lo que hacen o piensan otras personas similares a nosotros. Las tácticas de influencia basadas en la validación social incitan a realizar determinada conducta porque otros semejantes la realizan.

La coherencia es una característica muy valorada socialmente y, por esa razón, intentamos ser coherentes en las creencias, actitudes y conductas que mostramos. Después de que una persona manifieste un compromiso será más proclive a aceptar peticiones para realizar nuevas conductas coherentes con esa postura. Entre las tácticas basadas en el principio psicológico de coherencia destacan la del “pie en la puerta”, la de la “bola baja” y las tácticas que nos recuerdan que poseemos valores, como puede ser el de solidaridad, con los que trataremos de ser consecuentes.

Otra estrategia eficaz para influir es recurrir a la simpatía. Es más fácil que accedamos a los requerimientos de una persona simpática y que nos resulte atractiva por su aspecto físico, por su semejanza con nosotros o porque nos sea familiar.

De acuerdo con el principio de escasez, valoramos más aquellas oportunidades que son escasas o pasajeras. Por ese motivo, cualquier limitación que se nos imponga sobre un producto o una información tendrá como consecuencia que se acreciente nuestro interés por ello.

El principio de autoridad se apoya en que desde pequeños interiorizamos que se deben seguir las sugerencias de alguien que es una autoridad legítima. Los símbolos de la autoridad, títulos, indumentaria o la posesión de artículos de gran valor, son mecanismos útiles para conseguir que el blanco de influencia reaccione automáticamente a esos símbolos sin que se trate de una autoridad legítima.

La eficacia de las tácticas de influencia depende del contexto social. Puesto que esas estrategias se fundamentan en principios normativos, su éxito estriba en saber qué norma es más valorada en cada situación y para cada persona. Hay que tener en cuenta que los principios psicológicos en los que se asientan las tácticas de influencia son socialmente útiles en la mayoría de ocasiones.

La existencia de diferencias, entre culturas o entre individuos, pone de manifiesto el papel de la socialización en la importancia que se concede a las reglas que rigen los principios de influencia. Conocer cómo funcionan las estrategias de influencia es el mecanismo que permite prevenir el ser blanco de los procedimientos que consideremos ilegítimos o poco honrados.

Términos de glosario

Táctica de la “bola baja”

Táctica de “un penique es suficiente”

Táctica del “pie en la puerta”

Táctica del “portazo en la cara”

Lecturas y otros recursos recomendados

Gómez, J. C., Martínez, T., García, G. J., Sanz, R. y Fernández-Dols (1980). Obediencia institucional en el laboratorio. *Estudios de Psicología*, 2, 56-63

En este artículo se ofrece una replica interesante de los estudios de Milgram en nuestro país.

López-Sáez, M. y Bustillos, A. (2007). Eficacia del uso de tácticas de influencia social en la propaganda de marketing social. *Revista de Psicología Social* (en prensa).

En este artículo, se comprueba en dos estudios experimentales la eficacia en mensajes escritos de tres tácticas de influencia: “Un penique es suficiente”, “Validación social” y “ambas conjuntamente”, con una condición de Control, para lograr donativos para una ONG.

Pratkanis, A. R. y Aronson, E. (1994). *La era de la propaganda. Uso y abuso de la persuasión*. Barcelona: Paidós.

Los autores, expertos en el estudio de las actitudes, analizan en este libro el impacto en el mundo en que vivimos de la propaganda y de las opiniones transmitidas por los medios de comunicación. Examinan las pautas, motivos y efectos de los procedimientos empleados, así como su funcionamiento y cómo podemos protegernos de su manipulación.

En los siguientes capítulos del libro de *Prácticas de Psicología Social* se pueden encontrar ejercicios prácticos relacionados con influencia social:

Expósito, F. (1998). “Cuando un penique es suficiente”. En M. Moya (Coord.), *Prácticas de Psicología social* (pp. 135-138). Madrid: UNED.

Gaviria, E. (1998). La conformidad a las normas. En M. Moya (Coord.), *Prácticas de Psicología social* (pp. 191-198). Madrid: UNED.

Moya, M. (1998). Tácticas de influencia. En M. Moya (Coord.), *Prácticas de Psicología social* (pp. 183-190). Madrid: UNED.

PARTE V

Procesos colectivos

El estudio del prejuicio en la Psicología social: definición y causas

Fernando Molero Alonso

Objetivos

El objetivo principal de este capítulo es proporcionar una visión actualizada de las teorías e investigaciones psicosociales en el campo del prejuicio. Este objetivo general se desglosa en los siguientes objetivos parciales:

- Exponer la peculiaridad del enfoque psicosocial en el estudio del prejuicio.
- Analizar los distintos tipos de prejuicio existentes en la actualidad y las teorías formuladas para explicarlos.
- Pasar revista a algunas de las maneras actuales de medir el prejuicio, con especial hincapié en las medidas implícitas.
- Analizar las posibles causas del prejuicio y las principales teorías formuladas para explicarlo.

22.1 Introducción

El prejuicio es un asunto relevante en la sociedad actual. Cuando se escriben estas líneas no hace mucho tiempo que en diversas ciudades de Francia se han producido disturbios que han durado más de quince días y han ocasionado el incendio de varios miles de vehículos. Los actores de estas revueltas surgieron de entre los 700 barrios o suburbios deprimidos en los que habitan cuatro millones y medio de personas, la mayoría inmigrantes o sus descendientes, que viven una realidad de segregación y exclusión en la sociedad francesa (El País, 28-11-05).

Por no centrarnos exclusivamente en asuntos raciales, de los cuales podrían encontrarse numerosos ejemplos, también es un hecho sobradamente conocido que los hombres ganan por término medio casi un 20% más que las mujeres (El Mundo, 29-6-05), o que las personas obesas, homosexuales o ancianas, sufren diversos grados de rechazo y discriminación. En todos los hechos que acabamos de mencionar, aparece de una manera u otra la influencia del prejuicio. Además, si reflexionamos un poco, y por más que pertenezcamos a la mayoría dominante, es muy probable que todos hayamos sufrido a lo largo de nuestra vida alguna experiencia de prejuicio o discriminación en nuestras propias carnes (por ejemplo, al cambiar de colegio, barrio, trabajo o al viajar a otro país). Por todo ello, tratar de comprender en qué consiste el prejuicio, las causas que lo producen y aquéllas que pueden contribuir a disminuirlo es una empresa de la mayor importancia en la sociedad actual.

22.2 El enfoque psicosocial en el estudio del prejuicio

El estudio del prejuicio es complejo y se aborda desde numerosas perspectivas, entre las que cabe citar la sociológica, la histórica, la política y la económica, todas ellas válidas y necesarias. Sin embargo, este fenómeno ha sido, y continúa siendo, una de las cuestiones preferidas por la Psicología social desde hace más de cincuenta años, porque el *prejuicio*, es decir, el rechazo de una persona debido a su pertenencia grupal, no es algo que sólo suceda en la actualidad, sino que se viene produciendo, bajo distintos nombres, desde los orígenes del ser humano. El Cuadro 22.1 pasa revista a algunas de las diversas formas de concebir el prejuicio a lo largo de la historia.



Gordon W. Allport
(1897-1967)

G. W. Allport, en 1954, definió el prejuicio como “una actitud hostil o desconfiada hacia una persona que pertenece a un grupo, simplemente debido a su pertenencia a dicho grupo”. Esta definición proporciona un buen punto de partida para iniciar nuestra explicación. En ella puede apreciarse el carácter articulador del prejuicio entre lo psicológico y lo social.

En el prejuicio se dan la mano procesos individuales, grupales y sociales. Individuales porque en el prejuicio intervienen procesos cognitivos (por ejemplo, la categorización) y afectivos (las propias emociones negativas que implica el prejuicio). Se dan procesos grupales porque el prejuicio tiene un carácter compartido y su objeto son los miembros de otro grupo social. Finalmente, los prejuicios tienen también un importante componente social desde el momento en que se ven afectados por las leyes y normas predominantes en un determinado contexto social.

Además, estos procesos individuales, grupales y sociales están interactuando constantemente. Así, por ejemplo, las leyes existentes en un determinado país a favor de la igualdad (nivel societal) determinan la forma de expresar el prejuicio (nivel individual) haciendo, como veremos en otro apartado de este capítulo, que el prejuicio no se exprese ya de forma tan directa como antaño, sino de otras maneras más solapadas o sutiles aunque igualmente perniciosas para el grupo discriminado.

Al mismo tiempo, y como acabamos de señalar, en la definición de G. W. Allport se concibe el prejuicio como una actitud negativa hacia los miembros de otro grupo. Este enfoque permite incorporar al estudio del prejuicio la amplia experiencia teórica y empírica que la Psicología social tiene en el estudio de las actitudes (véanse los capítulos correspondientes en este mismo manual). Además, permite relacionar el prejuicio con dos fenómenos que a menudo lo acompañan: los *estereotipos* y la *discriminación*. Así, el componente cognitivo de la actitud prejuiciosa estaría constituido por los estereotipos negativos o creencias negativas preconcebidas acerca de un determinado grupo. El prejuicio propiamente dicho sería la parte afectiva de la actitud y la discriminación su parte conductual. De estos tres elementos, según una revisión realizada por Fiske (1998), los estereotipos han sido los más estudiados en Psicología social (existen cinco veces más estudios relacionados con los estereotipos que con los prejuicios). Este predominio es, sin embargo, paradójico puesto que en un metaanálisis realizado por Dovidio, Brigham, Johnson y Gaertner en 1996 se pone de manifiesto que el prejuicio predice mucho mejor la discriminación, es decir, las conductas de rechazo hacia el otro grupo, que los estereotipos.

Cuadro 22.1: El prejuicio y la discriminación a través de la historia.

El prejuicio y los fenómenos relacionados con él, como la discriminación y la exclusión social, han existido siempre. Sin embargo, la idea de que el prejuicio y la discriminación constituyen un problema social que es necesario abordar y reducir surge tan sólo a partir de los primeros años del siglo XX. En la antigüedad era contemplado de forma natural que, tras una guerra, los vencidos perdieran todos sus derechos y fueran esclavizados por los vencedores. Esto sucedió en Egipto, Grecia y Roma, cuyas civilizaciones se erigieron en gran medida gracias al esfuerzo de los esclavos sometidos en las guerras. Si avanzamos en el tiempo vemos que la esclavitud resurge con fuerza a partir del descubrimiento y la colonización de América. La explotación de los indios y de los esclavos traídos de África iba acompañada por una serie de creencias que justificaban dicha explotación. Se les consideraba razas inferiores y su humanidad era puesta en duda. Sin embargo, a pesar de los desmanes cometidos en la conquista de América, siempre se alzaron voces, como la de Fray Bartolomé de las Casas, que con mayor o menor éxito defendieron los derechos de los indios.



Continúa

La esclavitud se fue aboliendo en los diversos países europeos y en los Estados Unidos de Norteamérica a lo largo del siglo XIX. Sin embargo, conviene señalar (Rocamora, 2005) que todavía en la época de nuestros bisabuelos, cuando gobernaba Castelar en 1870, la esclavitud era legal en España. Hubo que esperar hasta 1926 para que las naciones occidentales firmasen en Ginebra el Convenio sobre Abolición de la Esclavitud. Aunque ésta se ha venido considerando históricamente la fecha formal de abolición de la esclavitud, sin embargo, como demuestra la larga lucha por la igualdad de derechos de blancos y afroamericanos en los Estados Unidos de Norteamérica, dicha abolición no significó que el prejuicio y la discriminación desaparecieran.

Por su parte el reconocimiento de la igualdad de derechos entre hombres y mujeres también se ha demorado hasta fechas bien recientes. En España, por ejemplo, el sufragio universal, es decir, el derecho de las mujeres a votar, no se estableció hasta la 2ª República (1931-1935), y hasta 1976, año en el que se implanta la Ley de Relaciones Laborales, el permiso del marido era un requisito legal necesario para que la esposa pudiera ejercer el derecho al trabajo. En cualquier caso, aunque la igualdad legal está conseguida en la actualidad, la igualdad “real” está todavía lejos de conseguirse, como lo demuestran diversas estadísticas que analizan el salario que ganan mujeres y hombres, el número de mujeres en puestos directivos y el número de horas dedicadas por mujeres y hombres a las tareas domésticas.

22.3 Las nuevas expresiones del prejuicio

En la actualidad casi nadie reconoce abiertamente discriminar a otras personas en función de su “raza”, sexo, edad o condición sexual, entre otras razones porque mantener un discurso de este tipo no sólo es “políticamente incorrecto”, sino que es ilegal y puede ser objeto de sanción. ¿Significa esto que el prejuicio y la discriminación han desaparecido? Ciertamente no, porque, como señala Brown (1998, p. 24), y puede comprobarse en cualquier periódico, los datos revelan que las agresiones de tinte xenófobo y las desigualdades sociales entre los distintos grupos no han disminuido en los últimos años, sino más bien al contrario. Evidentemente es un avance que las leyes reconozcan el derecho a la igualdad y que esté mal visto ser prejuicioso o racista. No obstante, esta diferencia entre lo que dicen las leyes y lo que sucede en la realidad con los grupos minoritarios ha llamado la atención de los investigadores sociales que han tratado de explicar, de diversas maneras, este desajuste. La conclusión es que, en la actualidad, el prejuicio sigue existiendo pero se expresa de manera más sutil e indirecta que antaño. El Cuadro 22.2 revisa algunas de las teorías más conocidas que tratan de explicar estas nuevas formas de prejuicio.

Cuadro 22.2: Explicaciones de las nuevas expresiones del prejuicio racial.

El racismo moderno

Esta teoría fue propuesta por McConahay (1986) para tratar de explicar el estado de las relaciones entre blancos y afroamericanos en los Estados Unidos de Norteamérica. Mantiene que, a pesar de los resultados aparentemente positivos de las encuestas, los sentimientos negativos hacia los afroamericanos apenas han disminuido en los últimos años. En la actualidad existe un *racismo moderno* que, en contraposición con el *racismo antiguo*, basa el rechazo hacia los afroamericanos en una serie de creencias que, en apariencia, nada tienen que ver con cuestiones raciales. El racista moderno experimenta una ambivalencia hacia los afroamericanos que proviene del conflicto entre sus valores típicamente americanos (igualdad y libertad) y los sentimientos negativos que le despiertan los miembros de dicho grupo étnico.

McConahay (1986) sostiene que las escalas tradicionales de prejuicio son incapaces de captar el prejuicio moderno. En efecto, hoy en día pocas personas responderían afirmativamente a las preguntas propias de dichas escalas (por ejemplo, “Es una mala idea que blancos y afroamericanos contraigan matrimonio” o “Generalmente los afroamericanos no son tan inteligentes como los blancos”). Por ello, diseña una escala de siete ítems que se supone es capaz de captar estas nuevas formas de prejuicio. Dicha escala ha sido utilizada en numerosas investigaciones.

Continúa

Entre ellas cabe mencionar la realizada en España por Navas (1998) con una muestra de 263 estudiantes universitarios. La aplicación de la escala, que presenta una buena fiabilidad, permitió descubrir que los participantes altos en prejuicio moderno expresaban emociones más negativas hacia los inmigrantes magrebíes que aquellos con puntuaciones bajas en dicha escala. A título de ejemplo, a continuación se detallan los ítems de la escala de racismo moderno en la versión utilizada por Navas.

1. En los últimos años los inmigrantes magrebíes han conseguido más de lo que se merecen.
2. Últimamente el gobierno y los medios de comunicación muestran demasiado respeto y consideración por los inmigrantes magrebíes.
3. Es comprensible que los inmigrantes magrebíes estén descontentos (invertir la puntuación).
4. Los inmigrantes magrebíes se están volviendo demasiado exigentes en su lucha por la igualdad de derechos.
5. La discriminación contra los inmigrantes magrebíes no es un problema en nuestro país.
6. Los inmigrantes magrebíes tienen más influencia de la que deberían sobre algunas decisiones políticas.
7. Los inmigrantes magrebíes están mejor ahora de lo que nunca han estado.
8. La mayoría de los inmigrantes magrebíes que reciben algún tipo de ayuda social o económica podrían defenderse sin ella si lo intentaran.
9. Normalmente, los funcionarios españoles prestan menos atención a las quejas o peticiones de un inmigrante magrebí que a las de un ciudadano español (invertir la puntuación).
10. Los inmigrantes magrebíes deberían superar el prejuicio sin necesidad de un apoyo especial, igual que lo hicieron anteriormente otros grupos de extranjeros.



Marisol Navas
Universidad de Almería

El prejuicio sutil y manifiesto



Thomas Pettigrew
Universidad de California
en Santa Cruz

La *Teoría del prejuicio sutil y manifiesto* surge del trabajo teórico e investigador de Meertens y Pettigrew (1992; Pettigrew y Meertens, 1995) y representa un intento de introducir una perspectiva europea en el estudio del prejuicio. Aunque el prejuicio como fenómeno psicológico probablemente sea similar en Europa y en los Estados Unidos de Norteamérica, las relaciones interraciales tienen características diferentes en ambos lugares. En los Estados Unidos de Norteamérica, blancos y afroamericanos comparten el mismo idioma, cultura y religión y, aunque los afroamericanos sufren discriminación de diversos tipos, nadie discute su nacionalidad norteamericana ni su derecho a permanecer en el país. Por el contrario, en los países europeos, los inmigrantes que han ido llegando durante las últimas décadas tienen a menudo un idioma, religión y cultura diferentes a los del país de acogida, y su estatus de ciudadanos y su derecho a permanecer en el país son cuestionados con frecuencia.

La Teoría de Meertens y Pettigrew establece una diferencia clara entre el prejuicio manifiesto y el prejuicio sutil.

- *Prejuicio manifiesto*: es el prejuicio de toda la vida, es “caliente, cercano y directo”, y consta de dos componentes: percepción amenazante del exogrupo, con el consiguiente rechazo hacia él, y oposición hacia el contacto íntimo con los miembros del exogrupo.
- *Prejuicio sutil*: es “frío, distante e indirecto”, y consta de tres componentes: defensa de los valores tradicionales, exageración de las diferencias culturales y negación de las emociones positivas.

A partir de su teoría, estos autores desarrollan dos escalas, de diez ítems cada una, capaces de medir el prejuicio manifiesto y el prejuicio sutil en sus diferentes componentes. Un análisis más detallado del prejuicio sutil y manifiesto, así como la descripción de una investigación realizada en España utilizando esta perspectiva, puede verse en Molero, Cuadrado y Navas (2003).

El racismo aversivo

Otra de las teorías que trata de explicar las nuevas formas de prejuicio, probablemente la que mayor cantidad de investigación ha generado, es la *Teoría del racismo aversivo*, formulada por Gaertner y Dovidio a principios de los años 80 (Gaertner y Dovidio, 1986). Dentro del conjunto de teorías que comparten la creencia de que en la actualidad el racismo se expresa de manera más sutil e indirecta que en el pasado, la Teoría del racismo aversivo presenta como nota peculiar el énfasis que pone en el prejuicio que se da en las personas liberales (de izquierda moderada, diríamos en España) que tratan de respetar los valores democráticos y que no son conscientes de su actuación prejuiciosa.



John Dovidio
Universidad de Connecticut



Samuel Gaertner
Universidad de Delaware

El concepto de racismo aversivo surge para explicar los resultados de un experimento realizado en Estados Unidos de Norteamérica por Gaertner (1973). En dicho experimento se quería averiguar si existían diferencias en la conducta de ayuda hacia blancos y afroamericanos por parte de personas pertenecientes a dos partidos políticos, el liberal y el conservador. Estas personas recibían una llamada telefónica realizada desde una cabina pública por un cómplice del experimentador. El cómplice, identificable como blanco o afroamericano por su acento, decía estar tratando de avisar a un taller de reparaciones porque su coche había sufrido una avería. Al comprobar que se había equivocado de número y puesto que estaba usando su última moneda (en aquella época no existían teléfonos móviles), pedía a la persona que había recibido la llamada por error que avisara en su nombre al taller.

De acuerdo con la hipótesis prevista por el autor, basada en la literatura clásica sobre ideología política y prejuicio, los participantes que pertenecían a un partido conservador ayudaban más a los blancos (en el 92% de las ocasiones) que a los afroamericanos (65%). Esto no sucedía con los participantes liberales, que ayudaban por igual a los miembros de ambos grupos étnicos. Sin embargo, los liberales, en teoría libres de prejuicios raciales, también se las arreglaban para discriminar a los afroamericanos. Simplemente tendían a colgar prematuramente el teléfono antes de que la persona de dicho grupo pudiera llegar a formular su petición de ayuda. Este comportamiento sucedía en el 19% de las ocasiones cuando se pensaba que la persona que llamaba era afroamericana, pero tan sólo el 3% de las veces cuando se pensaba que la persona que llamaba era blanca. Los sujetos conservadores, por su parte, no ejercían este tipo de discriminación y colgaban prematuramente el teléfono a blancos y a afroamericanos por igual (alrededor del 5% de las llamadas).

Reflexionando sobre estos resultados, Gaertner y Dovidio (1986) llegaron a la conclusión de que existe una clase de racismo que está presente en muchas personas blancas de ideología

liberal que creen sinceramente no ser prejuiciosos. Dicho racismo es llamado racismo aversivo y desde este primer experimento, realizado por Gaertner en 1973, se han llevado a cabo otros muchos que siguen esta línea de investigación. Dichos estudios (Dovidio, 2001; Gaertner y Dovidio, 1986, 2000 y 2005) permiten señalar algunas de las características del racismo aversivo, que se resumen en el Cuadro 22.3.

Cuadro 22.3: *Principales características del racismo aversivo.*

El racismo aversivo surge cuando se produce un conflicto entre los valores igualitarios de una persona y los sentimientos negativos que le despiertan los miembros de un determinado grupo étnico

- Los valores igualitarios provienen de la norma de no discriminación imperante en la sociedad actual. Los sentimientos negativos hacia otros grupos sociales surgen a través de los procesos de socialización y de ciertos procesos psicológicos “normales” como, por ejemplo, la tendencia a categorizar o clasificar a las personas como miembros de nuestro propio grupo (endogrupo) o de otro grupo social (exogrupo). Esta categorización produce importantes consecuencias que veremos en un apartado posterior.
- En consecuencia, el racismo aversivo caracteriza en mayor medida a las personas con valores igualitarios (personas liberales y de izquierda moderada) que a aquellas que no los tienen. En efecto, si los valores igualitarios no son importantes para la persona, no se producirá el conflicto entre éstos y los sentimientos negativos hacia los otros grupos, que es característico de este tipo de racismo.
- La mayoría de estudios acerca del racismo aversivo se han realizado en los Estados Unidos de Norteamérica con respecto a las relaciones entre blancos y afroamericanos. No obstante, este tipo de racismo puede darse en cualquier sociedad y puede sufrirlo cualquier grupo, siempre y cuando en dicha sociedad exista una norma de no discriminación hacia esos grupos y a la vez existan sentimientos negativos hacia ellos.

El racismo aversivo no es intencionado, se produce de manera sutil y a menudo la persona no es consciente de él

- El racista aversivo no siente odio u hostilidad abierta hacia los miembros del otro grupo. Los sentimientos son más bien de incomodidad, inquietud, disgusto y a veces miedo. El racista aversivo sabe que el prejuicio es malo, pero él no se considera prejuicioso.
- En línea con investigaciones recientes sobre el prejuicio y la discriminación (Brewer, 1999), Gaertner y Dovidio (2000) proponen que, a diferencia de las formas clásicas de racismo, el racismo aversivo se caracteriza más por un intento de favorecer al propio grupo (los blancos) que por un menosprecio o intento de perjudicar directamente a los miembros del otro grupo (los afroamericanos).

El racista aversivo discrimina cuando puede atribuir su conducta a cuestiones no relacionadas con el grupo étnico de la persona que sufre el prejuicio

- Numerosos estudios demuestran que, cuando la norma social de no discriminar está clara, los racistas aversivos no perjudican al otro grupo, es más, en ocasiones llegan a favorecerle ligeramente con respecto al propio grupo.
- El problema surge cuando la norma social no está clara, en otras palabras, cuando la discriminación puede atribuirse a factores diferentes al grupo étnico. En este caso, la discriminación se manifiesta claramente y además la persona no suele ser consciente de ella.

El racismo aversivo es muy perjudicial para el grupo que lo sufre y, además, es muy difícil de combatir

- Como señalan Gaertner y Dovidio (2000, p. 4), “al igual que los virus sufren mutaciones, el racismo puede haber evolucionado hacia nuevas formas que hacen que sea más difícil, no sólo reconocerlo, sino también combatirlo”.
- En este sentido resultaría ineficaz tratar de disminuir el racismo aversivo haciendo hincapié en la inmoralidad del prejuicio y la ilegalidad de la discriminación, dado que, como hemos comentado anteriormente, los racistas aversivos reconocen que el prejuicio es malo; lo que no reconocen es que son prejuiciosos.

Existen numerosos estudios empíricos que demuestran la presencia del racismo aversivo. De hecho, el metaanálisis realizado por Saucier, Miller y Doucet (2005), que recoge 48 investigaciones sobre conducta de ayuda, encuentra que la discriminación hacia los afroamericanos se produce cuando las normas sobre cuál es la conducta adecuada son débiles o ambiguas.

Por su parte Dovidio y Gaertner (2000), en un estudio simulado de selección de personal, encuentran que, cuando la cualificación de los candidatos es muy buena o muy mala, no existe discriminación entre blancos y afroamericanos (es más, se favorece ligeramente a estos últimos). Sin embargo, cuando la situación es ambigua, es decir, cuando las calificaciones son intermedias (que sería la situación más frecuente en la vida real), los participantes en el experimento (blancos), tendían a recomendar con más fuerza a los candidatos blancos que a los afroamericanos. El estudio que acabamos de mencionar tiene un carácter longitudinal, pues compara datos obtenidos en 1989 y 1999. Los resultados demuestran que la pauta de discriminación, coherente con la Teoría del racismo aversivo, no ha cambiado sustancialmente en los últimos diez años.

De igual forma, en un estudio sobre decisiones de jurado simuladas también se ha encontrado la presencia del racismo aversivo (Hodson, Hooper, Dovidio y Gaertner, 2005). En dicho estudio, los participantes leían un texto en el que se describían las pruebas existentes contra un acusado blanco o afroamericano. De acuerdo con las predicciones formuladas desde la Teoría del racismo aversivo, cuando se decía que ciertas pruebas claramente inculpatorias eran inadmisibles en el juicio y no debían ser tenidas en cuenta (porque, por ejemplo, el ADN del acusado había sido obtenido de manera ilegal), los participantes hacían caso de la instrucción cuando el acusado era blanco, pero no cuando era afroamericano. En este caso, la prueba inculpatoria no se rechazaba y el acusado afroamericano era declarado culpable en más ocasiones y castigado con penas más severas que el acusado blanco. Sin embargo, cuando todas las pruebas podían admitirse, no se encontraron diferencias a la hora de condenar a blancos o afroamericanos.

22.4 Las medidas del prejuicio

Tradicionalmente el prejuicio se ha medido a través de cuestionarios en los que se pregunta a la persona su grado de acuerdo con ciertas afirmaciones relacionadas con asuntos raciales. Sin embargo, muchos autores creen que estas medidas, llamadas *medidas explícitas del prejuicio*, no consiguen, debido a la deseabilidad social, captar la auténtica opinión existente. Esto sucede porque las preguntas que se realizan son demasiado claras o directas (reactivas), y la persona que contesta se da cuenta de que se está tratando de evaluar su grado de prejuicio. Por esta razón, en un contexto social en el que ser racista o prejuicioso está mal visto, es muy probable que los encuestados tiendan a disfrazar su verdadera opinión y declaren menos prejuicio del que en realidad sienten.

Con objeto de paliar los sesgos de medida basados en la deseabilidad social, desde los años ochenta se ha tratado de diseñar cuestionarios menos reactivos. Un ejemplo de dichos cuestionarios lo constituyen la escala del racismo moderno (McConahay, 1986) descrita en el Cuadro 22.4, o la escala de prejuicio sutil de Meertens y Pettigrew (1992). Sin embargo, para Gaertner y Dovidio (1986, p. 67) esto todavía no es suficiente pues, “dada la alta saliencia de las cuestiones raciales en los cuestionarios diseñados para medir el prejuicio racial y la alta sensibilidad y vigilancia sobre estas cuestiones que tienen los racistas aversivos, es muy difícil si no imposible desarrollar cuestionarios efectivos que permitan medir el racismo aversivo”.

Otro intento de paliar los efectos de la deseabilidad social a la hora de investigar el prejuicio está formado por un conjunto de experimentos realizados desde los años 70 bajo el nombre de

“paradigma de la falsa conexión” (*bogus pipeline* en inglés). En dichos experimentos, se conecta a los participantes a una especie de “máquina de la verdad” que, supuestamente, puede medir sus verdaderas actitudes a partir de las reacciones fisiológicas. El metaanálisis realizado por Roese y Jamieson (1993), que resume los resultados de 31 estudios realizados bajo este paradigma, demuestra que, cuando las personas creen que sus verdaderas actitudes se van a conocer de todos modos (a través de la máquina) y, por tanto, lo deseable es no pasar por mentiroso ante el experimentador, el prejuicio manifiesto aumenta (puesto que ya no tiene sentido tratar de ocultarlo).

A partir de los años 90 comienzan a desarrollarse otro tipo de medidas más sofisticadas para tratar de analizar los aspectos no conscientes del prejuicio (recordemos que, según Gaertner y Dovidio, 1986, los racistas aversivos no son conscientes de ser prejuiciosos). A estas medidas, que han alcanzado una gran popularidad en los últimos años, se las llama *medidas implícitas del prejuicio*.

Las medidas implícitas del prejuicio



Anthony Greenwald
Universidad de Washington

La posibilidad de medir los aspectos menos conscientes del prejuicio parte del hecho, repetidas veces comprobado en psicología cognitiva de que, cuando dos conceptos están relacionados en la mente de una persona, la asociación entre ellos se produce de forma más rápida que cuando no lo están (Greenwald, McGhee y Schwartz, 1998).

Esta idea se puede aplicar al campo del prejuicio de la forma siguiente: imagínese una categoría racial, por ejemplo, “afroamericano”, que se asocia más rápidamente a características negativas que la categoría “blanco”. Ello indicaría la existencia de prejuicio hacia las personas negras. Lo mismo sucedería cuando las características positivas se asocian con mayor rapidez a la categoría racial “blanco” que a la categoría “afroamericano”.

Aunque existen diversas posibilidades para estudiar los aspectos implícitos del prejuicio, la inmensa mayoría se basan en la medida del tiempo de reacción a la hora de asociar estímulos o características positivas con categorías raciales. El Cuadro 22.4 describe una de las formas de medir las actitudes implícitas más usadas en la actualidad: el IAT (*Implicit Association Test*) presentado por Greenwald y cols. en 1998.

Cuadro 22.4: El Test de Asociación Implícita (IAT).

El IAT se desarrolló inicialmente (Greenwald, McGhee y Schwartz, 1998) como una herramienta para explorar todo tipo de actitudes implícitas, no sólo las raciales. Como señalan Banaji, Greenwald y Nosek, en la página web en la que se presenta el cuestionario, hace muchos años Dostoyevsky escribió:

Todas las personas tienen recuerdos que sólo aceptarían compartir con sus amigos. También tienen en su mente cosas que no contarían ni siquiera a sus amigos, sino tan sólo a sí mismas y en secreto. Pero hay otras cosas que una persona tiene miedo incluso de decírselas a sí misma, y todas las personas decentes tienen un cierto número de esas cosas almacenadas en su cabeza.

Continúa

Según estos autores, las líneas anteriores captan perfectamente los dos aspectos principales que el IAT nos ayuda a examinar. En primer lugar, que no siempre queremos compartir nuestras actitudes privadas con otros. En segundo lugar, que puede haber ciertos aspectos de nuestras actitudes de los cuales no somos conscientes (el a veces denostado Freud estaría de acuerdo con esta idea). Aunque el IAT ha sido utilizado para medir las actitudes implícitas hacia un buen número de categorías sociales (ancianos vs. jóvenes; hombres vs. mujeres; personas con sobrepeso vs. personas sin sobrepeso, entre otras), a continuación, se describe cómo se suele cumplimentar esta prueba para medir el prejuicio implícito de los blancos hacia los afroamericanos en los Estados Unidos de Norteamérica.

Existen cinco etapas a la hora de responder al IAT.

Primera fase: aprendizaje categorial 1

En esta fase, en la parte superior de la pantalla del ordenador, aparecen las dos categorías raciales sobre las que se va a medir la actitud. Por ejemplo, “afroamericanos” a la izquierda y “blancos” a la derecha. A continuación van apareciendo de forma sucesiva, en la parte central de la pantalla, una serie de fotografías de personas afroamericanas y blancas, presentadas de forma aleatoria. La persona que está realizando el test debe pulsar la tecla *e*, en la parte izquierda del teclado, si la fotografía corresponde a una persona afroamericana, y la tecla *i*, en la parte derecha del teclado, si la fotografía corresponde a una persona blanca.

Segunda fase: aprendizaje de la dimensión evaluativa

La segunda tarea es similar a la primera. La única diferencia es que en esta ocasión aparecen en la parte superior de la pantalla las categorías “bueno” (a la izquierda) y “malo” (a la derecha), y la persona debe ubicar la serie de palabras, que van apareciendo de forma sucesiva, dentro de una de estas dos categorías. Un ejemplo de palabras pertenecientes a la categoría “bueno” serían feliz, paz, placer o alegría, y a la categoría “malo”, fallo, mal, terrible o repugnante.

Tercera fase: tarea incompatible

La tercera tarea es algo más complicada porque combina las dos anteriores. En esta ocasión, en la parte superior izquierda de la pantalla aparecen dos de las categorías anteriores combinadas (afroamericano-bueno) y en la parte derecha las otras dos (blanco-malo). El participante debe ubicar, con la mayor rapidez posible y en el lado correcto, la fotografía o la palabra que va apareciendo de forma sucesiva en la parte central de la pantalla.

Cuarta fase: aprendizaje categorial 2

La cuarta tarea es similar a la primera, cambiando el lado de ubicación en la pantalla de las categorías “blanco” y “afroamericano”.

Quinta fase: tarea compatible

La quinta tarea es similar a la tercera. Simplemente se cambia la asociación de las categorías. En esta ocasión se asocian las categorías “afroamericano-malo”, y “blanco-bueno”.

Para tratar de disminuir los posibles sesgos de respuesta, tanto la ubicación de las diferentes categorías (a la izquierda o la derecha de la pantalla), como el orden de presentación de las tareas (compatible e incompatible), y el orden de presentación de las palabras que deben ser categorizadas, cambian aleatoriamente cada vez que se realiza la prueba.

En el ejemplo que estamos poniendo, cuanto más prejuicio tenga el participante hacia las personas afroamericanas mayor será el tiempo que tarda en realizar las asociaciones solicitadas en la etapa 3 (tarea incompatible) en comparación con el tiempo que tarda en realizar las asociaciones solicitadas en la etapa 5 (tarea compatible).

Hay al menos tres cuestiones que vienen preocupando a los investigadores en relación con las medidas implícitas del prejuicio.

La primera cuestión es la relación existente entre las medidas explícitas e implícitas de prejuicio. Se ha encontrado una gran variabilidad e inconsistencia en las correlaciones entre ambos tipos de medida. Nier (2005) propone varias explicaciones para esta inconsistencia que pueden resumirse en dos:

- *Razones metodológicas*, basadas en las características psicométricas propias de las medidas implícitas.
- *Razones cognitivas*, basadas en la suposición de que las medidas implícitas y explícitas son representaciones cognitivas independientes fruto de procesos psicológicos diferentes.

Hofmann, Gawronski, Gschwendner, Le y Schmitt (2005), en un metaanálisis publicado recientemente, que resume los resultados de 126 estudios (no todos relacionados con el prejuicio), han encontrado una relación significativa, aunque no demasiado elevada, entre medidas implícitas y explícitas.

La segunda cuestión es la relación existente entre las dos medidas del prejuicio y la conducta hacia los grupos objeto de discriminación. Autores como Kawakami y Dovidio (2001) mantienen que estos dos tipos de medidas permiten predecir tipos diferentes de conductas.

- Las *medidas implícitas* son mejores predictoras de las conductas espontáneas y de aquellas sobre las que puede ejercerse poco control como, por ejemplo, los aspectos no verbales de la interacción (Dovidio, Kawakami y Gaertner, 2002).
- Las *actitudes explícitas*, por su parte, permitirían predecir mejor la conducta en aquellas situaciones en las que deseabilidad social es importante.

Desde el modelo MODE propuesto por Fazio (1990), descrito con mayor detalle en otro capítulo de este manual, se sostiene que, cuando las personas tienen la oportunidad (tiempo suficiente) y la motivación para evaluar las consecuencias, las actitudes explícitas predicen mejor la conducta hacia los miembros del otro grupo. Por el contrario, cuando no hay oportunidad ni motivación, son las actitudes implícitas la que tienen una mayor relación con la conducta.

En esta línea, Plant y Devine (1998) diseñaron una escala para medir las posibles motivaciones de las personas a responder sin prejuicio. Encontraron dos tipos de motivación, una externa, propia de las personas que no quieren parecer prejuiciosas a los ojos de los demás, y otra interna, propia de las personas con valores personales contrarios al prejuicio. Estas dos motivaciones no están relacionadas entre sí y permiten predecir las respuestas de las personas en diferentes circunstancias. Así, Plant, Devine y Brazy (2003) encuentran que las personas con baja motivación interna y alta motivación externa para responder sin prejuicio mostraban menos prejuicio en público que en privado, sugiriendo un efecto de deseabilidad social en sus respuestas.

La tercera cuestión es el grado de control sobre las actitudes implícitas. Aunque supuestamente las actitudes implícitas son inconscientes y, por tanto, difícilmente controlables, existen datos que apoyan que las personas mantienen un cierto grado de control sobre dichas actitudes.

- Sassenberg y Wieber (2005) encuentran en un experimento que el prejuicio implícito hacia las personas mayores aumenta cuando se hace saliente la pertenencia categorial de los participantes (estudiantes universitarios) como grupo de jóvenes.

- Nier (2005), por su parte, muestra que, cuando se dice a los participantes que el IAT va a predecir con exactitud su grado de prejuicio, la relación entre las medidas implícitas y explícitas aumenta (un efecto similar al encontrado en los experimentos de la “falsa conexión” descritos anteriormente).

Según Dambrun y Guimond (2004), estos resultados sugieren que, al igual que las actitudes explícitas, las actitudes implícitas no son algo fijo y estático, sino que están sujetas a variaciones, o en otras palabras, que la activación automática de las actitudes negativas hacia otros grupos es susceptible de modificación en función del contexto social.

22.5 Las causas del prejuicio

Son numerosas las explicaciones que se han dado del prejuicio desde que se comenzó a estudiar en Psicología social. A lo largo del tiempo han ido predominando diferentes maneras de concebir el prejuicio sin que ninguna de ellas haya podido desbancar definitivamente a las demás. Por ejemplo, en la actualidad están de moda, y ello explica el espacio que se les ha dedicado en apartados anteriores, las teorías que abordan los aspectos implícitos del prejuicio. Pero sería poco adecuado concluir que las teorías que hoy en día parecen pasadas de moda no van a resurgir. Eso equivaldría a pasar por alto la posibilidad de que se produzcan avances metodológicos, de que viejas hipótesis sean susceptibles de reformulación, o, sencillamente, de que el propio prejuicio adopte nuevas formas de expresión. El interés por los aspectos implícitos del prejuicio viene dado porque, debido a la norma predominante en la sociedad actual, las personas ya no expresan sus prejuicios de manera abierta. Además, dicho interés se ha visto potenciado por los avances metodológicos que hacen posible la medición de las actitudes implícitas. Quizás en el futuro, y ojalá nos equivoquemos, manifestar prejuicio hacia ciertos grupos ya no sea mal visto (por ejemplo, manifestar prejuicio hacia los musulmanes después de los atentados del 11-S y del 11-M). Si eso sucede, las teorías explicativas del prejuicio tendrán que enfrentarse al desafío que representa explicar esa situación eventual.

A continuación se revisarán algunas de las principales teorías que se han formulado acerca de los orígenes del prejuicio. Dichas teorías se agruparán en función de si su aproximación a este fenómeno es de carácter *individual*, *interpersonal*, *grupal* o *societal*. Conviene advertir, sin embargo, que varias de las teorías que se exponen podrían encajar sin dificultad en más de una categoría, por lo que la clasificación que se presenta a continuación tiene un fin y una justificación didácticos. Por otra parte, haremos más hincapié en aquellas áreas en las que ha habido mayor cantidad de investigación.

El prejuicio como fenómeno individual: los aspectos cognitivos del prejuicio

La Psicología social cognitiva ha tenido una gran importancia durante los últimos años. En consecuencia, los aspectos cognitivos del prejuicio han sido una cuestión estrella en nuestra disciplina. Otro capítulo de este manual, el que aborda el estudio de los estereotipos, ya ha tratado alguno de estos aspectos, lo que es perfectamente lógico, ya que los estereotipos

constituyen la parte cognitiva del prejuicio. De igual manera, los estudios sobre el prejuicio implícito, resumidos en un apartado anterior, tienen también mucho que ver con los aspectos cognitivos del prejuicio.

Uno de las presupuestos básicos del enfoque cognitivo en el estudio del prejuicio es que los mismos procesos que nos guían en la vida cotidiana a la hora de procesar la información contribuyen también a la formación y mantenimiento de los estereotipos y el prejuicio. Entre dichos procesos cabe mencionar, sin ánimo de ser exhaustivos:

- *La categorización*: a la mente humana le resulta más fácil analizar la información y tomar decisiones si agrupamos los estímulos que provienen del exterior en categorías. Esto sucede tanto con los objetos físicos como con las personas. De esta forma, ante cualquier indicio “objetivo” (y el color de la piel, el sexo, o la edad, constituyen, sin duda, buenos indicios), tendemos a categorizar a las personas como miembros de un grupo, atribuyéndoles las características (*estereotipos*) de dicho grupo. Esta tendencia, aunque puede ser útil en ocasiones, conduce con facilidad a la formación del prejuicio, porque la categorización no es neutral sino que tiene inmediatas consecuencias psicológicas. Dichas consecuencias, que han sido analizadas desde las teorías de la identidad social y de la categorización del yo, que veremos un poco más adelante, consisten en la tendencia a favorecer a los miembros de nuestro grupo frente a las personas categorizadas como miembros de otro grupo (exogrupo).
- *Correlaciones ilusorias*: son resultado de la tendencia a sobreestimar el grado de asociación entre dos variables o clases de acontecimientos. La proporción de comportamientos negativos de las personas que pertenecen a grupos minoritarios se tiende a sobreestimar. Así, ante la información de que 100 miembros del grupo A (compuesto por 1.000 personas) y 10 miembros del grupo B (compuesto por 100 personas) han cometido conductas delictivas, la mayoría de las personas afirmarían que existe mayor criminalidad en el grupo B que en el grupo A (Hamilton y Gifford, 1976).
- *Ilusión de homogeneidad del exogrupo*: existe una tendencia a percibir a los miembros de otros grupos como más parecidos entre sí de lo que realmente son (Linville, Fischer y Salovey, 1989). Esta tendencia juega un importante papel en el prejuicio y en la persistencia de los estereotipos negativos, y se manifiesta en el lenguaje cotidiano cuando decimos que “todos/as los/las... son iguales” (sustitúyanse los puntos suspensivos por el grupo al que se desee estigmatizar).

El prejuicio como fenómeno individual: las diferencias interpersonales en el grado de prejuicio

Otra forma de analizar el prejuicio es estudiar las diferencias individuales en esta dimensión (de hecho, tanto las escalas como las medidas implícitas del prejuicio asumen que hay diferencias individuales en esta variable) y en otras relacionadas con ella. El intento final sería llegar a averiguar si existe un conjunto de características que conformarían una *personalidad prejuiciosa*. Aquí entraría la Teoría de la personalidad autoritaria, que dominó el estudio del prejuicio entre 1950 y 1960 (Adorno, Frenkel-Brunswick, Levinson y Sanford, 1950), y que se resume en el Cuadro 22.5.

Cuadro 22.5: *Los estudios sobre la personalidad autoritaria.*

Theodor W. Adorno (1903-1969)

Los estudios sobre la personalidad autoritaria (Adorno, Frenkel-Brunswick, Levinson y Sanford, 1950), deben ser enmarcados en su contexto histórico.

Se llevaron a cabo en los años inmediatamente posteriores a la Segunda Guerra Mundial y al genocidio sufrido por los judíos en la Alemania nazi.

Aquí se recogen los aspectos más relevantes de esta investigación a la luz del trabajo de Roger Brown (1972).

La pregunta inicial a la que trataban de responder los investigadores es si existe algún tipo de personalidad prejuiciosa y “autoritaria” capaz de realizar actos dañinos contra grupos minoritarios. La investigación, que se realizó en los Estados Unidos de Norteamérica, comenzó en 1943, duró varios años, y en ella participaron dos mil personas blancas de clase media. Se elaboraron varias escalas, la primera de antisemitismo, la segunda de etnocentrismo y la tercera de conservadurismo social y económico. Dado que estaban muy relacionadas entre sí, los investigadores decidieron elaborar una nueva escala que “sin mencionar minoría alguna, sirviera para medir el prejuicio sin que los encuestados reconocieran este propósito”.

De la aplicación de entrevistas y de tests proyectivos de orientación psicoanalítica surgió una de las escalas más conocidas en las ciencias sociales: la escala F, que mide las tendencias antidemocráticas o de potencialidad hacia el fascismo. En su versión final consta de 30 ítems, y está compuesta por nueve rasgos o características que, unidas, constituyen el denominado síndrome de la personalidad autoritaria. Dichas características son:

- Convencionalismo o adhesión rígida a los valores de la clase media.
- Sumisión autoritaria, actitud sumisa y aceptación acrítica de las normas dictadas por las autoridades morales idealizadas del endogrupo.
- Agresión autoritaria, tendencia a condenar, rechazar y castigar a los individuos que violen los valores convencionales.
- Antiintracepción, oposición a lo subjetivo, a lo imaginativo y sentimental.
- Superstición y estereotipia, creencia en la determinación sobrenatural del destino humano inclinación a pensar en categorías rígidas.
- Poder y dureza, preocupación por las cuestiones relacionadas con el dominio y la sumisión y la fortaleza-debilidad, así como identificación con figuras detentadoras de poder.
- Destructividad y cinismo, hostilidad y desprecio general hacia el género humano.
- Proyectividad, disposición a creer que en el mundo suceden cosas siniestras y peligrosas como resultado de la proyección exterior de impulsos emocionales inconscientes.
- Preocupación exagerada por las cuestiones sexuales, repulsa hacia todas aquellas manifestaciones que supongan una desviación de la norma.

A partir de las entrevistas realizadas a las personas altas y bajas en esta escala, Adorno y cols. (1950) trataron de determinar el origen de la personalidad autoritaria. Los sujetos cargados de prejuicios revelaron en las entrevistas que sus padres habían estado muy preocupados con el estatus y la posición social. Los padres preocupados por la obtención de estatus exigen mucho de sus hijos, por ello tienden a ser severos y a reprimir toda debilidad, pasividad e irresponsabilidad en ellos. Como, desde la perspectiva psicoanalítica, toda represión genera agresión y no resultaría adaptativo dirigir dicha agresión hacia los padres, se produce una “proyección”. Por un lado, se proyectan los propios defectos sobre las minorías y los extranjeros. Por otro, la agresión reprimida se dirige hacia estos mismos colectivos.

La investigación de Adorno y cols. (1950) contiene muchos aspectos polémicos, y fue fuertemente criticada tanto en el plano metodológico (uso de entrevistas y test proyectivos) como por sus presupuestos ideológicos. En efecto, al entrar en la época de la Guerra Fría no resultaba ya políticamente correcto asociar las tendencias autoritarias únicamente con la ideología conservadora; un autoritarismo de izquierdas también debería ser posible y esa posibilidad no estaba contemplada en la Teoría de Adorno y cols.

En la actualidad, aunque este enfoque ya no ocupa el centro de la escena, todavía continúa vigente en algunas teorías como las que a continuación examinaremos.

El autoritarismo de derechas (RWA)

Esta forma de concebir el autoritarismo fue propuesta por Altemeyer (1981). Este autor, aún aceptando muchas de las críticas realizadas a la escala F, piensa que todavía contiene elementos que pueden ser aprovechados. Altemeyer comprobó, a través de una serie de estudios, que de las nueve subescalas de la escala F, tan sólo las tres primeras (convencionalismo, sumisión autoritaria y agresión autoritaria) recibían un apoyo empírico adecuado. A partir de estas reflexiones diseña una escala de treinta ítems denominada *Right-Wing Authoritarianism* (RWA) para medir lo que él llama el *autoritarismo de derechas*. A pesar del nombre, este autoritarismo no se refiere tanto a una postura ideológica como al apoyo ciego a la autoridad existente en cualquier sociedad u organización. Es decir, en una dictadura de izquierdas, este tipo de personas apoyarían fuertemente a la autoridad existente.

En vez de buscar los orígenes del RWA en los aspectos psicodinámicos de la personalidad, Altemeyer atribuye este tipo de autoritarismo al aprendizaje social. Las personas altas en RWA han sido fuertemente socializadas en una serie de creencias y valores tales como (Heaven, 2001):

- La idea de que algunas conductas son reprobables y pecaminosas.
- La creencia en que la autoridad “siempre tiene razón” y que debe ser obedecida bajo cualquier circunstancia.
- La creencia de que los “valores familiares tradicionales” deben ser potenciados.
- La creencia de que, en muchas ocasiones, los miembros del exogrupo pueden ser peligrosos y, por tanto, hay que tener cuidado con ellos.

Según Altemeyer (1996), las personas altas en autoritarismo de derechas se han educado en grupos muy cerrados en los que apenas han tenido ocasión de escuchar opiniones contrarias a las suyas.

Las investigaciones realizadas con personas pertenecientes a diversas culturas muestran altas correlaciones entre la escala de RWA y el prejuicio hacia diversos grupos, como por ejemplo los homosexuales (Haddock, Zanna y Esses, 1993) o las personas de grupos étnicos diferentes (Wylie y Forest, 1992). En un estudio realizado por Doty, Winter, Peterson y Kimmelmeyer (1997) después de la primera guerra del Golfo, se demuestra que las personas altas en RWG, comparadas con las bajas, apoyaban medidas más duras y agresivas hacia Irak.

Por su parte, Reynolds, Turner, Haslam y Ryan (2001), en un estudio de carácter experimental llegan a la conclusión, desde una perspectiva basada en la Teoría de la categorización del yo (que será analizada un poco más adelante), de que el autoritarismo de derechas, considerado tradicionalmente como un rasgo de personalidad, puede ser también una expresión de las creencias grupales y variar en función de la importancia de la identidad social en un momento determinado.

La orientación hacia la dominancia social

La *Teoría de la dominancia social* se formuló a comienzos de los años 90 (Pratto, Sidanius, Stallworth y Malle, 2001). Parte de la constatación de que el conflicto entre grupos y la desigualdad social son una constante a través de la historia. Para minimizar y ocultar dicha desigualdad, los grupos dominantes promueven una ideología que justifica su dominación y que suele ser aceptada por todos los grupos presentes en una determinada sociedad. Los

presupuestos que acabamos de señalar ocurren en el plano societal; sin embargo, se trasladan al plano individual a través de una serie de creencias sobre las relaciones intergrupales que las personas pueden compartir en mayor o menor grado. En consecuencia, “la orientación hacia la dominancia social sería el grado en que una persona desea que el grupo al que pertenece domine y sea superior a los otros grupos”.



Felicia Pratto
Universidad de Connecticut



James Sidanius
Universidad de Harvard

Existe una escala de dieciséis items, denominada *escala de orientación hacia la dominación social* (SDO), que permite medir las diferencias individuales en esta variable. El Cuadro 22.6 presenta los items que componen la SDO en la versión española utilizada por Silván-Ferrero y Bustillos (2007).

Cuadro 22.6: *Escala de Orientación hacia la Dominación Social (SDO).*

- El valor que tienen algunos grupos de personas es mayor que el de otros.
- Deberíamos hacer todo lo posible para igualar las condiciones para diferentes grupos (invertir la puntuación).
- A veces es necesario utilizar la fuerza contra otros grupos para conseguir lo que tu grupo quiere.
- Si ciertos grupos de personas se mantuvieran “en su sitio” tendríamos menos problemas.
- Tendríamos menos problemas si tratáramos a los diferentes grupos de manera más igualitaria (invertir la puntuación).
- Para salir adelante en la vida, algunas veces es necesario pasar por encima de otros grupos de personas.
- Ningún grupo de personas debería dominar la sociedad (invertir).
- La igualdad entre los diferentes grupos debería ser nuestro ideal (invertir).
- Todas las personas, con independencia del grupo al que pertenezcan, deberían tener igualdad de oportunidades en la vida (invertir la puntuación).
- Se debe aumentar la igualdad social (invertir la puntuación).
- Es justificable que los grupos superiores dominen a los grupos inferiores.
- Probablemente es bueno que ciertos grupos estén en una posición superior y otros en una posición inferior.
- Debemos luchar para conseguir unos ingresos más igualitarios para todos (invertir la puntuación).
- Algunas veces ciertos grupos de personas deberían quedarse en su posición.
- Sería deseable que todos los grupos fueran iguales (invertir la puntuación).
- Los grupos inferiores deberían mantenerse en su lugar.

En el trabajo de Pratto y cols. (2001), realizado en EE.UU. con un total de 1.952 participantes pertenecientes a trece muestras diferentes, se llega a la conclusión de que la orientación hacia la dominancia social:

- Puede medirse de manera fiable (con la escala SDO) y es estable a través del tiempo.
- Es mayor en los hombres que en las mujeres.
- Es más alta en las personas que apoyan las ideologías que tienden a mantener la jerarquía social existente.
- Es más alta en las personas que rechazan las políticas de igualdad entre los diferentes grupos.

Además, como señalan Cohrs, Moschner, Maes y Kielmann (2005), la SDO presenta altas correlaciones con diversas escalas de prejuicio. En un estudio realizado en España (Bustillos y Silván-Ferrero, 2005) encuentran correlaciones, algo menores, pero significativas de 0,34 y 0,25 respectivamente entre la SDO y las escalas de prejuicio sutil y manifiesto (Pettigrew y Meertens, 1995).

Sin embargo, y en contra de lo que en un principio pudiera parecer, las correlaciones entre el autoritarismo de derechas (RWA), visto en el apartado anterior, y la orientación hacia la dominancia social (SDO) no son demasiado elevadas. Ello llevaría a pensar que ambas variables cumplen una función psicológica diferente. Según Duckitt, Wagner, DuPlessis y Birum (2002), las personas altas en RWA tienen una visión del mundo como un lugar peligroso y amenazante, lo que fomenta en ellos el deseo de seguridad y de un fuerte control social. Por el contrario, las personas altas en SDO ven el mundo como una “jungla” en la que hay que luchar duramente para sobrevivir. Ello les lleva, cuando su grupo es dominante, a justificar la jerarquía social existente. Las personas altas en RWA serían sumisas ante la autoridad y tratarían de preservar el orden establecido; las personas altas en SDO buscarían el poder para conseguir establecer las condiciones que les favorezcan a ellos o a su grupo.

El prejuicio como fenómeno interpersonal

Los aspectos individuales del prejuicio, que acabamos de analizar, y los aspectos grupales, que veremos en el apartado siguiente, afectan de forma concreta y real a la interacción que mantenemos con las personas pertenecientes a grupos estigmatizados. Sin embargo, las investigaciones que analizan dicha interacción son escasas y se inscriben dentro del terreno más amplio de las relaciones interpersonales (Snyder y Stukas, 1999). En dicho terreno resulta especialmente importante el fenómeno conocido como “profecía que se cumple a sí misma”.

La profecía que se cumple a sí misma ocurre cuando una creencia social, que es inicialmente errónea, conduce a su propio cumplimiento (Jussim, Palumbo, Chatman, Madon y Smith, 2000).



Robert Rosenthal
Universidad de California
en Riverside

Fue Merton, en 1948, el formulador inicial del concepto de *profecía que se cumple a sí misma*.

Los investigadores no le prestaron atención hasta los famosos trabajos de Rosenthal sobre el “efecto del experimentador” (Rosenthal y Lawson, 1964). En dichos trabajos se encontró que los investigadores (de forma intencionada o no) actúan de manera que evoca por parte de los participantes (animales o humanos) conductas que confirman sus expectativas. Esta línea de investigación condujo al descubrimiento del denominado “efecto Pigmalión”, que demuestra que las expectativas de los profesores influyen en el rendimiento de los alumnos.

En el estudio de Rosenthal y Jacobson (1968), los investigadores proporcionaron a los profesores los nombres de algunos alumnos de sus clases de los que se esperaba que fueran intelectualmente brillantes durante los meses siguientes (en realidad, estos alumnos habían sido seleccionados al azar). Las pruebas realizadas a final de curso demostraron que dichos alumnos rindieron mejor que la media de la clase. A través de ciertas conductas como prestarles mayor atención, o proporcionarles tareas más desafiantes, las expectativas del maestro se habían transmitido a los alumnos.

La profecía que se cumple a sí misma puede también proporcionar justificación para el mantenimiento del estigma social y la derogación de las personas pertenecientes a otros grupos. Los estereotipos negativos hacia dichos grupos influyen en las expectativas que se llevan a la interacción con la persona del grupo estigmatizado, y pueden hacer que ésta se comporte de manera que la creencia inicial del perceptor resulte ratificada. En ocasiones, la propia persona del grupo estigmatizado interioriza el estereotipo negativo existente hacia su grupo y su rendimiento es inferior en aquellos aspectos relacionados con dicho estereotipo. A este fenómeno se le conoce como *amenaza del estereotipo* y será analizado en el capítulo siguiente. La investigación específica sobre la relación entre la profecía que se cumple a sí misma y el estigma, aunque no muy abundante, ha demostrado que las expectativas del perceptor contribuyen a mantener el estigma relacionado con aspectos tales como el grupo étnico, sexo, atractivo físico, enfermedad mental y obesidad (Jussin y cols., 2000, p. 391).

El prejuicio como fenómeno grupal

El prejuicio es grupal en un triple sentido. Por un lado, su objeto son los miembros de otro grupo (exogrupo); por otro, las actitudes prejuiciosas son compartidas mayoritariamente por los miembros del propio grupo (endogrupo). Finalmente, el prejuicio refleja el estado de las relaciones intergrupales en un momento determinado y, por lo tanto, puede variar con el tiempo y con las circunstancias. Es un hecho debidamente comprobado que el prejuicio hacia los miembros de otro grupo aumenta en caso de guerra o conflicto con dicho grupo.

A continuación vamos a pasar revista a algunas de las teorías que hacen especial hincapié en esta naturaleza grupal e intergrupal del prejuicio. Entre las que vamos a analizar, tanto la Teoría del conflicto realista como la Teoría de la identidad social y la Teoría de la categorización del yo son perspectivas de amplio alcance que tratan de explicar no sólo el prejuicio, sino muchos otros fenómenos intra e intergrupales. En este apartado revisaremos estos modelos teóricos de forma necesariamente breve y centrándonos en aquellos aspectos más relacionados con el prejuicio.

Teoría del conflicto realista

Esta aproximación, de corte funcionalista, remonta sus orígenes a los trabajos del sociólogo William Sumner en 1906. Desde este punto de vista (Taylor y Moghaddam, 1994) se sostiene que:

- El ser humano, individualmente o en grupo, es egoísta y trata de obtener las mayores recompensas posibles para él o para su grupo.
- El conflicto entre grupos se produce cuando dos o más grupos tienen metas incompatibles, es decir, compiten por recursos escasos.
- El prejuicio y la discriminación surgen como fenómenos asociados al conflicto intergrupal.

El clásico trabajo de Sherif, Harvey, White, Hood y Sherif (1961) ilustra muy bien estas ideas.



Muzafer Sherif (1906-1978)

Estos investigadores realizaron una serie de experimentos con chicos de once y doce años en campamentos de verano. Los participantes, todos varones, no se conocían con anterioridad, pertenecían todos a la clase media y se cumplimentaron una serie de pruebas psicológicas para descartar cualquier posible trastorno psicológico.

En una primera fase, a través de la propia interacción entre los chicos, se facilitaba la creación de dos grupos. En una segunda fase, los experimentadores fomentaron la rivalidad a través de competiciones deportivas en las que sólo uno de los grupos podía obtener la victoria. Se observó que la competición producía rápidamente conflicto intergrupal, que se manifestaba en forma de actitudes y comportamientos negativos (insultos, desprecio) hacia los miembros del otro equipo. Al mismo tiempo, dentro del propio grupo se producía un aumento de la solidaridad y la cooperación. En una tercera fase se ensayaron diversas maneras de resolver el conflicto provocado. Después de varios intentos, la única manera que reveló su utilidad a la hora de reducir el conflicto fue la creación de una meta de orden superior (supraordenada) que sólo se podía alcanzar si ambos grupos colaboraban.

Un enfoque reciente que puede enmarcarse dentro de esta perspectiva es la *Teoría integrada de la amenaza* propuesta por Stephan y Stephan (2000) que se analiza en el Cuadro 22.7.

Cuadro 22.7: Teoría integrada de la amenaza.

El prejuicio surge cuando un grupo se siente amenazado por otro. Hay cuatro posibles tipos de amenaza:

- **Amenaza realista:** ocurre cuando se percibe que el exogrupo amenaza el bienestar y los recursos del propio grupo. En los casos más graves y cuando se trata de naciones, la amenaza realista puede llevar a la guerra entre las sociedades implicadas. De hecho, los conflictos por la energía, el agua o el territorio son la causa de la mayoría de las guerras.
- **Amenaza simbólica:** tiene lugar cuando se percibe que el exogrupo posee unos valores y costumbres contrarios o muy diferentes a los del endogrupo. Esto es lo que sucede, en muchas ocasiones, en las sociedades occidentales con los inmigrantes musulmanes.
- **Ansiedad intergrupal:** tiene lugar cuando la persona se siente incómoda y no sabe cómo comportarse en las interacciones con los miembros del exogrupo. Este tipo de ansiedad puede darse cuando nos relacionamos con personas de culturas diferentes, pero también cuando nos relacionamos con ciertos grupos estigmatizados de nuestra propia cultura, como por ejemplo los discapacitados.
- **Estereotipos negativos:** todos los rasgos que componen el estereotipo negativo de un grupo vienen a constituir, en cierto modo, una amenaza para el endogrupo. Por ejemplo, si se cree que los miembros del otro grupo son agresivos, la mera presencia de uno de sus miembros hará que nos sintamos amenazados.

En el estudio presentado por Stephan y Stephan (2000), estos cuatro tipos de amenazas permiten predecir el 72% de la varianza del prejuicio hacia los inmigrantes mexicanos. Lógicamente, el peso que las diferentes amenazas tienen sobre el prejuicio varía en función del exogrupo y del contexto histórico-social predominante en un momento determinado. En el estudio de Stephan y Stephan sobre los inmigrantes mexicanos en Estados Unidos de Norteamérica, la amenaza más importante era de carácter simbólico, y la ansiedad intergrupal no era muy elevada.

Fuente: Stephan y Stephan (2000).

El prejuicio desde las teorías de la identidad social y de la categorización del yo

La Teoría de la identidad social fue formulada a finales de los años 70 (Tajfel y Turner, 1979) para explicar los resultados obtenidos a través del paradigma del grupo mínimo (Turner, 1999). Desde entonces se ha convertido, a través de sus diferentes desarrollos, en la principal teoría psicosocial para explicar las relaciones intergrupales. Una descripción breve del paradigma del grupo mínimo puede verse en el Cuadro 22.8.

Cuadro 22.8: *El paradigma experimental del grupo mínimo.*

En el experimento clásico de Tajfel, Flament, Billig, y Bundy (1971), los participantes, que eran estudiantes de enseñanza secundaria ingleses, debían realizar dos tareas.

- La primera era manifestar sus preferencias estéticas acerca de una serie de diapositivas de los pintores Klee y Kandinsky. Supuestamente a partir de estas preferencias, los participantes eran clasificados en dos grupos (los que habían preferido a Klee y los que habían preferido a Kandinsky).
- La segunda tarea consistía en asignar recompensas monetarias, mediante un cuadernillo, a una serie de personas anónimas con las cuales no existía contacto real y que estaban identificadas tan sólo por su pertenencia grupal (Klee o Kandinsky).



Paul Klee, *Abrazo*



Vasili Kandinsky, *Acuerdo recíproco*

Los investigadores esperaban un reparto equitativo de recompensas; sin embargo, encontraron que, incluso con un criterio de categorización tan trivial, los participantes mostraron favoritismo endogrupal, es decir, trataban de beneficiar a los miembros de su grupo (Klee o Kandinsky).

Desde entonces se han realizado numerosos experimentos bajo este paradigma, variando las características de los sujetos, de las recompensas y de los criterios de categorización. Los resultados demuestran que, incluso bajo unas condiciones mínimas de categorización (de ahí el nombre del paradigma), se produce ya una tendencia muy consistente hacia el favoritismo endogrupal. Cabe suponer que, en la medida en que la pertenencia a una categoría o grupo sea relevante para el participante, el sesgo endogrupal aumentará. De ahí la importancia de tratar de comprender las causas de dicho favoritismo, tal como se intenta desde la Teoría de la identidad social.

Una descripción más detallada de este experimento se puede encontrar en Huici (1999).

Para explicar los resultados obtenidos a través del paradigma del grupo mínimo, la Teoría de la identidad social propone:

- Que todas las personas tratamos de alcanzar y mantener una identidad social positiva.
- Que dicha identidad se adquiere cuando realizamos comparaciones favorables entre nuestro propio grupo y otros grupos (exogrupos) relevantes en una determinada situación.

Con objeto de alcanzar esta comparación favorable las personas tienden a favorecer a su grupo (*favoritismo endogrupal*). Este sería, por tanto, el origen del prejuicio y la discriminación. Numerosos estudios realizados desde esta perspectiva han comprobado de manera empírica que la identificación grupal genera favoritismo endogrupal. Sin embargo, lo que no está tan claro y es todavía objeto de investigación, es hasta qué punto el favorecer al propio grupo implica necesariamente la denigración o valoración negativa del otro grupo.

En todo caso, como ya se ha dicho en otra parte de este capítulo, cuando se trata de repartir recursos escasos, favorecer a las personas del propio grupo implica perjudicar a las del exogrupo (por ejemplo, a la hora de adjudicar un puesto de trabajo).

Las breves líneas que acabamos de dedicar a la Teoría de la identidad social muestran sólo algunas de sus aportaciones a la disciplina que, como ya se ha señalado, son muchas. En el capítulo siguiente se expondrá cómo contribuye esta teoría a la explicación de algunos de los efectos del prejuicio sobre aquellos grupos discriminados cuya identidad social es devaluada, y de qué forma los miembros de dichos grupos pueden intentar mejorar su identidad social.

Por su parte, la Teoría de la categorización del yo (Turner, 1990), formulada a partir de la Teoría de la identidad social, ha adquirido también una gran relevancia a la hora de explicar el comportamiento de las personas en los grupos. Desde esta teoría se sostiene que una persona puede categorizarse, dependiendo del contexto, como persona individual o como miembro de un grupo. Cuando nos categorizamos como miembros de un grupo se producen al menos tres efectos importantes:

- Se acentúa la percepción de la semejanza endogrupal y de las diferencias con el exogrupo.
- Se produce favoritismo endogrupal.
- Se da un proceso de *despersonalización*. Esto significa que las personas que componen el endogrupo (incluidos nosotros mismos) no son vistas ya como personas individuales sino como miembros del grupo y son, en este sentido, intercambiables (lo mismo sucedería con los miembros del exogrupo).

Los cambios en el nivel de categorización del yo desde el polo individual al polo grupal y viceversa constituyen un proceso psicológico normal y cotidiano que explica importantes aspectos de la vida social humana. Sin embargo, bajo determinadas circunstancias, sobre todo cuando existe conflicto intergrupal, los efectos que acabamos de describir pueden acentuarse en gran medida produciendo consecuencias dramáticas.

La Teoría de la categorización del yo ha sido utilizada para explicar diversos fenómenos intragrupales, como la cohesión o el liderazgo desde una nueva perspectiva (Molero, 2004), y se emplea también en la concepción del prejuicio como emoción social que veremos a continuación.

El prejuicio como emoción social

Casi todas las teorías del prejuicio conciben este fenómeno como una actitud negativa general hacia los miembros de otro grupo. Esta concepción presenta indudables ventajas, ya que permite a los psicólogos sociales incorporar el amplio bagaje teórico y empírico existente en el campo de las actitudes al estudio del prejuicio. Sin embargo, la concepción del prejuicio como actitud presenta también algunas limitaciones. La principal, según Smith (1993), es su incapacidad para captar los dos importantes tipos de especificidad que tiene el prejuicio: la especificidad emocional y la especificidad situacional.

La *especificidad emocional* se refiere al hecho evidente de que los distintos grupos evocan diversas emociones (odio, miedo, asco). Estas emociones son bien distintas y pueden dar lugar a diferentes conductas (agresión, huida, evitación). De este modo, si concebimos el prejuicio simplemente como una evaluación negativa general del exogrupo, se perderían estos importantes matices.

La *especificidad situacional* se refiere al hecho de que el prejuicio hacia otros grupos no permanece constante en todas las situaciones o contextos, sino que varía según las circunstancias. Un buen ejemplo de esto lo constituye la clásica investigación de Minard (1952), realizada en una mina de carbón estadounidense. Este autor encontró que la mayoría de los mineros blancos no discriminaban a sus compañeros afroamericanos en el lugar de trabajo, pero sí en la ciudad cercana en la cual todos residían.

Para dar cuenta de esta especificidad (emocional y situacional), Smith (1993, 1999), basándose en la Teoría de la categorización del yo (Turner, 1990) y en las teorías del *appraisal* emocional (Roseman, 1984; Frijda, 1986 y Smith y Ellsworth, 1985, entre otros), propone concebir el prejuicio como una emoción social.

Según las teorías de la identidad social y de la categorización del yo (expuestas en el apartado anterior), la pertenencia a grupos sociales constituye una parte importante de la identidad de las personas. Por ello, cuando un grupo pasa a formar parte de nuestro yo, la pertenencia a dicho grupo adquiere un significado afectivo y motivacional. Esto es lo que sucede, por ejemplo, cuando los seguidores de un equipo deportivo se sienten orgullosos por sus triunfos, o tristes por sus fracasos. Dichos seguidores están experimentando emociones sociales debidas a acontecimientos grupalmente relevantes. La persona experimenta este tipo de emociones en la medida en que está identificada con su grupo (que puede ser un equipo de fútbol, como en el caso del ejemplo, pero también su grupo profesional, nacional o racial), y la pertenencia a dicho grupo ha pasado a formar parte de su identidad social.

Por su parte, las teorías emocionales del *appraisal* identifican la emoción como un síndrome complejo en el que coexisten cogniciones, sentimientos subjetivos y tendencias para la acción fisiológicas o conductuales. Este síndrome lo ponen en marcha una serie de cogniciones o creencias (denominadas *appraisals*) que están ligados a una determinada emoción. Por ejemplo, la emoción de cólera puede ser provocada por el *appraisal* obtenido a partir de la acción injusta de otra persona (Roseman, 1984). La emoción, en este caso la cólera, implica cambios fisiológicos y una tendencia a la acción (actuar contra el responsable de la acción injusta).

Los *appraisals* que disparan las emociones implican invariablemente al yo de la persona. Por tanto, y esto es lo realmente importante y lo que permite conectar con la Teoría de la categorización del yo, desde el momento en que una determinada categorización social forma parte del yo, los *appraisals* de eventos o situaciones que afecten a dicha identidad también dispararán una emoción a la que denominamos en este caso *emoción social*.

Desde esta perspectiva, el prejuicio puede ser definido como una emoción social experimentada en relación con la propia identidad social como miembro de un grupo y con un exogrupo como objetivo. Por ello, cuando vemos, por ejemplo, que un miembro de otro grupo étnico está recibiendo beneficios a nuestro juicio, inmerecidos por parte de la Administración, la percepción de esta situación constituiría un *appraisal* o apreciación que daría lugar a un sentimiento de ira y resentimiento (emoción prejuiciosa) que podría desembocar en un intento de arrebatar o al menos obstaculizar que el exogrupo reciba estos beneficios “inmerecidos”.

Smith (1993, p. 306), basándose en trabajos anteriores realizados por los teóricos del *appraisal* emocional indica que, cuando el exogrupo viola las normas del endogrupo, se experimenta una emoción de asco o repulsión que conduce a la evitación de dicho grupo. Por otra parte, cuando el exogrupo realiza demandas excesivas o amenazas se produce una emoción de cólera que puede conducir a tomar medidas contra él, pero también a prestarle mayor atención. De forma similar se podrían ir elaborando determinadas situaciones tratando de prever las emociones y conductas que despertarían.

Desde una perspectiva evolucionista, Cottrell y Neuberg (2005), coinciden en señalar el carácter específico de las emociones que suscitan los diferentes grupos. Para estos autores,

sin embargo, la especificidad está basada en el tipo de amenaza que el exogrupo representa o puede representar para el endogrupo. Así, amenazas al bienestar económico o a los derechos de los miembros del grupo suscitarían ira. La amenaza de una contaminación por parte del exogrupo, bien en el plano físico (contagio de enfermedad), bien en el simbólico (valores), suscitaría una emoción de asco o repugnancia. Asimismo, una amenaza a la percepción de la moralidad del endogrupo (haciéndole ver que se ha comportado de manera injusta) suscitaría la emoción de culpa.

La concepción del prejuicio como emoción social no se opone necesariamente a la concepción del prejuicio como actitud puesto que, como el propio Smith (1993, p. 305) reconoce, a pesar de su especificidad situacional, determinados miembros del endogrupo pueden tener unas actitudes poco influenciadas por el contexto y manifestarse consistentemente prejuiciosos o no prejuiciosos. Ello dependería de la importancia que para la persona tiene su pertenencia grupal, de la consistencia de las reacciones emocionales suscitadas a lo largo del tiempo por los miembros del exogrupo, de la homogeneidad percibida entre los miembros del exogrupo y también, como hemos visto en un apartado anterior, de las diferencias individuales en prejuicio, como, por ejemplo, ser alto o bajo en autoritarismo de derechas o en orientación hacia la dominancia social.

En el Cuadro 22.9 se expone una línea de investigación que analiza otro aspecto de la emoción dentro del prejuicio.

Cuadro 22.9: *La discriminación del exogrupo a través de la calidad de las emociones y sentimientos.*

Desde hace ya algunos años, investigadores de las Universidades de La Laguna y Lovaina han emprendido una línea de investigación basada en la idea de que los grupos utilizan la atribución de emociones hacia otros grupos para establecer su superioridad con respecto a ellos y discriminarlos. Según esta perspectiva (Rodríguez-Torres, Rodríguez-Pérez y Leyens, 2003), las personas tendemos a pensar que la esencia humana es más propia de nuestro grupo que de los otros. Esto hace, en cierta medida, que los otros grupos sean percibidos como “menos humanos” que el nuestro. Existen numerosos ejemplos históricos de deshumanización del exogrupo. Por ejemplo, la primera constitución estadounidense consideraba que los esclavos afroamericanos equivalían a tres quintos de persona. Por su parte, los nazis pensaban que judíos y gitanos no formaban parte del género humano.

Sin llegar a estos ejemplos extremos, los autores defienden que un cierto grado de “deshumanización” o “infrhumanización” del exogrupo está presente en la mayoría de las relaciones intergrupales. Siguiendo esta línea de razonamiento, los autores tratan, en primer lugar, de establecer cuáles son las emociones o sentimientos más propios del ser humano y, en segundo lugar, comprobar si los diferentes grupos se atribuyen a sí mismos estas emociones o sentimientos en mayor medida que a los exogrupos.

En su investigación encontraron la existencia de una serie de sentimientos (a los que denominaron *emociones secundarias*) tales como la culpa, el odio, el cariño, la amistad, la envidia, la esperanza o el amor, que eran considerados como propios y definitorios de los seres humanos, en mucha mayor medida que otras emociones primarias como el miedo, la tensión, la histeria, la sorpresa, el disfrute o el susto. Posteriormente, Leyens, Paladino, Rodríguez-Torres, Vaes, Demoulin, Rodríguez-Pérez y Gaunt (2000) han encontrado que, tal como se predice desde esta teoría, las emociones secundarias se atribuyen en mayor medida al endogrupo y las primarias al exogrupo.

Hay que señalar que no se trata del favoritismo endogrupal clásico, pues entre las emociones secundarias también hay emociones negativas. Sencillamente, se utiliza la capacidad para sentir emociones más sofisticadas, más humanas por parte del endogrupo, como una forma de establecer diferencias con el exogrupo. Esta tendencia a atribuir más sentimientos o emociones secundarias al propio grupo no es exclusiva de los grupos mayoritarios o dominantes. Los grupos minoritarios y subordinados también piensan que su grupo tiene sentimientos más sofisticados y humanos que los grupos dominantes. Remitimos al lector interesado en una descripción más detallada de esta investigación a Rodríguez-Torres, Rodríguez-Pérez y Leyens (2003).

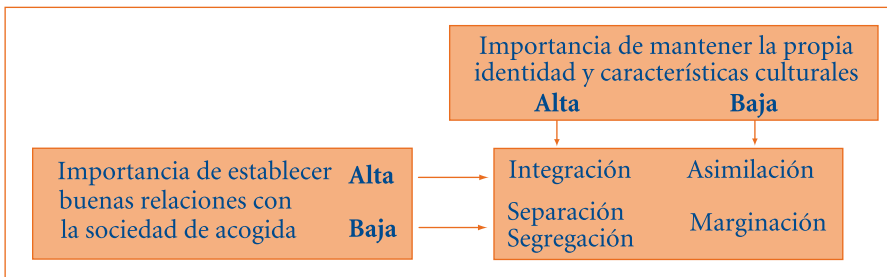
El prejuicio como fenómeno societal: los procesos de aculturación

Como ejemplo del carácter societal del prejuicio, este apartado se centrará en los procesos de aculturación, es decir, en los cambios culturales que tienen lugar cuando personas o grupos que provienen de sociedades diferentes entran en contacto continuo y directo (Redfield, Linton y Herskovits, 1936). Esto es precisamente lo que sucede en las sociedades occidentales con la llegada de inmigrantes de culturas y religiones diferentes a las nuestras.

El concepto de *aculturación* proviene del campo de la Antropología social y fue introducido en la Psicología por Berry en los años 80. Este autor (Berry, 1990) define la aculturación psicológica como el proceso mediante el cual las personas cambian, al recibir el influjo del contacto con otra cultura y al participar en los cambios generales de su propia cultura. Habitualmente, la cultura mayoritaria y dominante influye más sobre la cultura minoritaria que a la inversa, pero, sin embargo, y para comprobarlo basta pasearse por el centro de cualquier ciudad europea, la presencia de inmigrantes también influye de múltiples maneras en las sociedades de acogida.

Savatier y Berry (1996) formulan cuatro posibles estrategias o actitudes de aculturación que pueden adoptar los inmigrantes en el país de acogida (véase la Figura 22.11).

Figura 22.1: Estrategias de aculturación.



Fuente: adaptado de Savatier y Berry (1996).

Cuando la importancia de mantener la identidad grupal es alta, pero también se desea mantener buenas relaciones con la sociedad de acogida, el inmigrante adopta una actitud de integración. Cuando lo que interesa es adaptarse a la sociedad de acogida, sin que importe renunciar a la propia identidad cultural, se está adoptando una estrategia de asimilación. La estrategia de separación se daría cuando se tratan de conservar las propias costumbres sin interesarse por los valores de la sociedad de acogida. Finalmente, cuando no se da importancia ni a la propia identidad ni a los valores de la sociedad de acogida se está adoptando una estrategia de marginación.

Por su parte, los países de acogida también pueden optar, mediante sus políticas de inmigración, por diferentes estrategias. Según Savatier y Berry (1996), la política predominante en Canadá está basada en el multiculturalismo, una estrategia que favorece el que los diversos grupos étnicos conserven su propia identidad dentro del marco general de la sociedad canadiense. Francia suele ponerse como ejemplo de estrategia basada en la asimilación. A través de ella se busca minimizar las diferencias entre los diferentes grupos sociales, haciendo hincapié en los valores democráticos basados en la revolución francesa. En cualquier caso, la incorporación de los inmigrantes en pie de igualdad a las sociedades de acogida no es fácil.

Recientemente la sociedad inglesa, basada en la multiculturalidad, ha quedado traumatizada al saber que los radicales islamistas que realizaron la matanza de julio de 2005 en Londres, aunque de origen musulmán, eran personas nacidas y educadas en Inglaterra. Por otra parte, los disturbios

ocurridos en Francia en noviembre de 2005, provocados en su mayoría por hijos de inmigrantes, demuestran que la estrategia de asimilación tampoco tiene éxito si no va acompañada de medidas que procuren también la igualdad económica. En el caso de Francia parece que los hijos de los inmigrantes han perdido los valores culturales de sus padres, pero no por ello han adoptado los valores predominantes en la sociedad francesa. Adoptando así, de forma voluntaria o forzada por las circunstancias, una actitud de marginación (según el modelo descrito anteriormente).

Navas, Pumares, Sánchez, García, Rojas, Cuadrado, Asensio, y Fernández (2004), investigadores de la Universidad de Almería, con objeto de completar el modelo de Berry, proponen el denominado *Modelo Ampliado de Aculturación Relativa* (MAAR). En dicho modelo se sostiene que la incorporación de los inmigrantes a la sociedad de acogida puede realizarse de forma independiente en siete planos o ámbitos de aculturación:

- El ámbito político y de gobierno, desde el que se organizan las relaciones de poder y se establece el orden social.
- El ámbito tecnológico, que tiene que ver con el conjunto de procedimientos relativos al trabajo (horario, tipo de herramientas empleado y similares).
- El ámbito económico, que afectaría al reparto de los bienes producidos y a los hábitos y formas de consumo.
- El ámbito social, que está constituido por las relaciones y redes sociales mantenidas por la persona fuera del ámbito familiar.
- El ámbito familiar (relaciones conyugales y con los hijos, incluida su educación).
- El ámbito de las creencias religiosas.
- El ámbito de las creencias y valores de su cultura.

La adopción de los valores, ideas y costumbres predominantes en la sociedad de acogida es más fácil en unos ámbitos que en otros. Así, la adaptación tecnológica y económica es relativamente fácil, o al menos existe disposición a hacerla. En cambio, la adaptación en los planos social, familiar y de creencias es más difícil y, además, en ocasiones tampoco existe voluntad de llevarla a cabo.

Estos autores realizaron un estudio en la provincia de Almería para contrastar su modelo.

Cuadro 22.10: *Estrategias y actitudes de aculturación en inmigrantes magrebíes y subsaharianos y en población autóctona.*

Utilizando una muestra de 783 almerienses, 397 inmigrantes magrebíes y 343 inmigrantes subsaharianos, Navas y sus colaboradores encontraron que:

- Los inmigrantes magrebíes prefieren una estrategia de integración, mientras que las preferencias de los subsaharianos están a medio camino entre la integración y la asimilación.
- Por su parte, las personas autóctonas demandan en mayor medida la asimilación de los inmigrantes magrebíes que la de los subsaharianos.
- Cuando se divide el contexto general de aculturación en diferentes ámbitos, las personas (inmigrantes y autóctonas) adoptan y prefieren diferentes opciones de aculturación dependiendo del ámbito considerado.
- En los ámbitos más periféricos de la cultura (político, tecnológico y económico) las estrategias de aculturación puestas en marcha y preferidas tanto por inmigrantes como por autóctonos son similares (asimilación o integración).
- Sin embargo, a medida que ascendemos hacia ámbitos más centrales (relaciones sociales, familiares y creencias religiosas), los inmigrantes prefieren una estrategia de separación, mientras que los autóctonos les demandan una estrategia de asimilación.
- Cabe suponer que si las diferencias en las estrategias de aculturación preferidas por inmigrantes y miembros de la sociedad de acogida son muy importantes, el conflicto intergrupal tiene muchas posibilidades de producirse.

22.6 Resumen

El objetivo principal de este capítulo es proporcionar una visión actualizada de las teorías e investigaciones psicosociales en el campo del prejuicio. Para ello, en primer lugar se proporciona una definición del prejuicio desde la perspectiva de la Psicología social como “una actitud hostil o desconfiada hacia una persona que pertenece a un grupo simplemente debido a su pertenencia a dicho grupo”. A continuación se habla de las nuevas expresiones del prejuicio racial, ahora más sutiles y solapadas que hace unos años, y se exponen algunas de las teorías que se han formulado para explicar dicha transformación. Entre ellas se presta especial atención, por la cantidad de investigación que ha generado, a la Teoría del racismo aversivo. El racismo aversivo surge cuando se produce un conflicto entre los valores igualitarios de una persona y los sentimientos negativos que le despiertan los miembros de un determinado grupo étnico. Este tipo de racismo o prejuicio no es intencionado, se produce de manera sutil y a menudo la persona no es consciente de él. Sin embargo, el racismo aversivo es muy perjudicial para el grupo que lo sufre y además es muy difícil de combatir.

A continuación se pasa revista a las diversas formas de medir el prejuicio. Debido a la deseabilidad social (nadie quiere parecer racista en nuestros días) las medidas del prejuicio a través de encuestas plantean ciertos problemas de validez. Como alternativa se proponen una serie de nuevas técnicas para medir el prejuicio implícito. Entre ellas destaca el Test de Asociación Implícita (en inglés IAT), a través del cual se mide el tiempo de reacción ante la presentación de estímulos asociados a cuestiones relacionadas con el grupo acerca del cual se quiere medir el prejuicio, considerando que dicho tiempo de reacción es indicador de dicha variable. Se exponen las características así como las ventajas e inconvenientes de dicha técnica.

Finalmente, se pasa revista a las diversas teorías que tratan de explicar el prejuicio. Para ello, se las divide, según su foco de interés en:

- Teorías que conciben el prejuicio como un fenómeno individual. Dentro de este grupo cabe diferenciar entre aquellas que centran su atención en los aspectos cognitivos del prejuicio y aquellas que se centran en las posibles diferencias individuales en prejuicio. Entre estas últimas se mencionan los estudios sobre personalidad autoritaria, autoritarismo de derechas y orientación hacia la dominancia social.
- Teorías que se centran en los aspectos interpersonales del prejuicio. Entre ellas cabe mencionar las que se ocupan de la denominada “profecía que se cumple a sí misma” como una causa que favorece la permanencia del estigma.
- Teorías grupales del prejuicio. Entre ellas se estudian tres teorías de amplio alcance que han sido utilizadas para explicar no sólo el prejuicio, sino también el campo más amplio de las relaciones intergrupales. Dichas teorías son: la Teoría del conflicto realista, la Teoría de la identidad social y la Teoría de la categorización del yo. También se pasa revista a la teoría que concibe el prejuicio como una emoción social.
- Finalmente, como ejemplo de las teorías societales acerca del prejuicio, se analizan los procesos de aculturación a través de los cuales los miembros de diferentes culturas se influyen entre sí.

Términos de glosario

Aculturación

IAT

Orientación hacia la dominancia social

Prejuicio

Racismo aversivo

Teoría integrada de la amenaza

Lecturas y otros recursos recomendados

Brown, R. (1998). *El prejuicio: su Psicología social*. Madrid: Alianza.

Libro que realiza un repaso bastante completo del prejuicio desde una perspectiva psicosocial.

Cuadrado, I., Molero, F., Navas, M. y García, M. C. (2003). Inmigración y turismo: diferencias en percepciones y actitudes hacia los extranjeros en una muestra de niños-as almerienses. *Revista de Psicología Social*, 18, 2, 121-140

Artículo que describe una investigación realizada en España en la que se compara la percepción existente hacia turistas e inmigrantes en una muestra de 495 estudiantes, cuyas edades oscilaban entre 9 y 14 años.

Molero, F., Cuadrado, I. y Navas, M. S. (2003). Las nuevas expresiones del prejuicio racial: aspectos teóricos y empíricos. En J.F. Morales y C. Huici (Dirs.), *Estudios de Psicología Social* (pp. 83-113). Madrid: UNED.

Capítulo de libro en el que se analizan las características del prejuicio sutil y manifiesto y se describe una investigación realizada en España desde dicha perspectiva.

Navas, M., Pumares, P., Sánchez, J., García, M. C., Rojas, A., Cuadrado, I., Asensio, M. y Fernández, J. S. (2004). *Estrategias y actitudes de aculturación: la perspectiva de los inmigrantes y de los autóctonos en Almería*. Sevilla: Junta de Andalucía.

Libro en el que se aborda los procesos de aculturación desde una perspectiva psicosocial. Se propone un nuevo modelo de aculturación y se describe una extensa investigación realizada en la provincia de Almería.

Rodríguez-Torres, R., Rodríguez-Pérez, A. y Leyens, J. P. (2003). La dimensión emocional del prejuicio: ¿sienten los miembros de los otros grupos igual que nosotros? En J. F. Morales y C. Huici (Eds.), *Estudios de Psicología Social* (pp. 55-79). Madrid: UNED.

Capítulo de libro en el que se describe una línea de investigación que analiza el uso de la atribución de diferentes emociones al endogrupo y al exogrupo como una manera de establecer una diferenciación positiva hacia el propio grupo. En general, el endogrupo es percibido "como más humano" que el exogrupo.

Prejuicio y estigma: efectos y posibles soluciones

Fernando Molero Alonso

Objetivos

En el capítulo anterior hemos abordado el concepto y algunas de las explicaciones que se han dado del prejuicio. Sin embargo, este análisis quedaría incompleto si no nos ocupáramos también de los efectos del prejuicio así como de algunas de las posibles soluciones que, para reducirlo, cabe proponer desde una perspectiva psicosocial. A esta tarea vamos a dedicar el presente capítulo, cuyos objetivos se presentan a continuación.

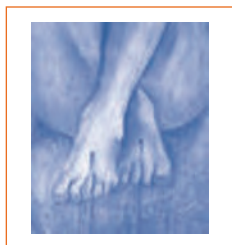
En primer lugar, analizar un fenómeno que ha alcanzado una gran relevancia en la literatura psicosocial durante los últimos años y que puede considerarse, en cierto modo, como un efecto del prejuicio: el estigma social. El estudio de los grupos estigmatizados (grupos que son rechazados por tener alguna característica socialmente devaluada) está estrechamente relacionado con el prejuicio aunque ha sido abordado de forma independiente en la literatura. En general los estudios sobre prejuicio se han centrado principalmente en los aspectos raciales o étnicos de las relaciones intergrupales. Por su parte, los estudios sobre estigmatización abarcan un abanico mucho mayor de grupos o subgrupos que forman parte habitual de nuestra sociedad y hacia los cuales puede existir un grado variable de rechazo, incomodidad y ambivalencia (personas “sin techo”, enfermos mentales, personas con VIH, obesos, homosexuales, entre otros muchos grupos posibles). Realmente es difícil decidir si es el prejuicio el que ocasiona la estigmatización o sucede lo contrario (sería como tratar de dilucidar qué es primero el huevo o la gallina). Lo que parece claro, a la luz de la investigación, es la estrecha relación y la retroalimentación mutua que se produce entre estos dos fenómenos.

En segundo lugar, introducir en el estudio del prejuicio la perspectiva de la víctima. Normalmente el prejuicio se ha venido abordando desde la perspectiva del grupo mayoritario o dominante. Esta perspectiva es lógica si entendemos que el grupo que detenta el poder es el que debe cambiar sus actitudes negativas para que el prejuicio disminuya. Sin embargo, deja en el olvido una faceta importante: la perspectiva de las personas que son víctimas del prejuicio. Por ello en la segunda parte de este capítulo abordaremos los efectos psicosociales del prejuicio y la estigmatización en las personas que lo sufren.

En tercer y último lugar, pero igualmente importante, abordaremos también algunas de las propuestas que, desde una visión psicosocial del prejuicio, se han hecho para tratar de solucionarlo o, al menos, reducirlo.

23.1 El estigma social

En la antigua Grecia la palabra estigma hacía referencia a una marca que se grababa en el cuerpo de ciertas personas, bien como castigo por delitos graves o bien como símbolo de esclavitud. En cualquier caso, era una marca infamante que indicaba que la persona debía ser evitada.



A partir de los años 80 este concepto comienza a ser utilizado en Psicología social para describir lo que sucede en la actualidad con un gran número de personas pertenecientes a grupos minoritarios. Según Crocker, Major y Steele (1998) la *estigmatización* se produce cuando una persona posee de forma real, o a los ojos de los demás, algún atributo o característica que le proporciona una identidad social negativa o devaluada en un determinado contexto. Al igual que sucede con el prejuicio, el estigma es grupal, porque afecta a un conjunto de personas que poseen una determinada característica, y es compartido, porque existe acuerdo entre los miembros del grupo mayoritario a la hora de definir qué atributos son rechazables.

Tipos de estigma

Como se desprende de la definición anterior, pueden existir muchos tipos de estigmas. En un principio, Goffman (1963) los agrupó en tres grandes categorías:

- Estigmas tribales, los asignados a los miembros de otro grupo o cultura.
- Estigmas basados en deformidades corporales (por ejemplo, obesidad, discapacidad física).
- Estigmas basados en “las manchas del carácter” que son aquellos atribuidos, por ejemplo, a los delincuentes, alcohólicos o enfermos mentales.

Más recientemente, Crocker y cols. (1998) proponen clasificar los estigmas a partir de dos dimensiones que determinan tanto la forma en que es tratada la persona estigmatizada como la experiencia subjetiva que dicha persona experimenta. Estas dimensiones son la *visibilidad* y la *controlabilidad*.

La visibilidad

Es el grado en que el estigma es apreciable a simple vista. Los estigmas basados en características externas, como el grupo étnico o las deformidades físicas, son muy difíciles de ocultar, y por lo tanto las personas que los poseen son conscientes de que los demás les van a juzgar la mayor parte del tiempo a través de los estereotipos y prejuicios asociados a su estigma. Existen, sin embargo, otros estigmas, como la homosexualidad o la pertenencia a grupos religiosos, que sí pueden ser ocultados. En principio, la ocultación parecería una solución idónea, puesto que, si una persona no es asociada con un grupo estigmatizado, no va a sufrir las consecuencias negativas de dicha pertenencia.

Sin embargo, la cuestión no es tan sencilla. Por un lado, porque la ocultación implica renunciar a aspectos importantes de la propia identidad. Por otro, porque tratar de ocultar una característica o una creencia que es importante para una persona le genera sentimientos de angustia, temor a

ser descubierta e insatisfacción en las relaciones interpersonales. Además, existen estudios (Smart y Wegner, 2000) que demuestran que tratar de ocultar un secreto activa una serie de procesos cognitivos que hacen que los pensamientos se tornen obsesivos en relación con ese secreto. Esto puede acabar afectando finalmente a la salud física y psicológica de la persona.

La controlabilidad

Un estigma se considera controlable cuando se cree que la persona que lo sufre es responsable de dicho estigma (por ejemplo, cuando se piensa que un delincuente o un drogadicto podrían dejar de serlo si se lo propusieran). La controlabilidad del estigma es una característica importante porque las personas con estigmas que se perciben controlables sufren mayor rechazo y son peor tratadas que los que tienen un estigma del cual se piensa que no son responsables.

En este sentido, un estudio de Magallares (2006) pone de manifiesto, a partir de una descripción de personas pertenecientes a grupos estigmatizados (obesos y personas con VIH), manipulando la visibilidad y la responsabilidad del estigma, que el personaje cuyo estigma era visible generaba mayor rechazo y que el personaje al que se atribuía una mayor responsabilidad en la adquisición del estigma era considerado de forma más negativa.

En todo caso la atribución de controlabilidad hacia un determinado estigma depende muchas veces de lo que Crandall (2000) denomina *ideologías de justificación del estigma*.

El número de colectivos que sufren el desprecio y la marginación por parte del grupo dominante es elevado. Sin embargo, los miembros del grupo mayoritario creen que hay razones morales, éticas, legales, sociales y naturales que justifican la estigmatización. En este sentido, una ideología de justificación es un conjunto de presupuestos y creencias, no comprobadas ni comprobables, que proporcionan un marco a través del cual juzgamos el mundo. En relación con la estigmatización, estas ideologías proporcionan el marco a través del cual percibimos a los miembros de otros grupos. Según este autor, hay diversos tipos de ideologías de justificación, en función de las razones en las que se basan. Presentamos a continuación tres ejemplos. Véanse los cuadros 23.1 y 23.2.

Cuadro 23.1: Justificación basada en atribuciones.

La creencia en un mundo justo (Lerner, 1980)

- Consiste en creer que vivimos en un mundo justo en el que cada uno alcanza lo que se merece. La conclusión que se deriva de esta premisa es que si un grupo o persona es discriminado o rechazado es porque de alguna manera se lo merece.

Culpabilización de la víctima

- Muchas veces es consecuencia de la ideología anterior. Ocurriría, por ejemplo, cuando se utiliza la expresión “son ellos los que no quieren integrarse” para justificar la exclusión social de un determinado grupo étnico o de otro tipo.

La ética protestante del trabajo

- Esta creencia, predominante en los países anglosajones, consiste, simplificando un poco, en asumir: (a) que el placer y la diversión son malos y la persona debe mantener en todo momento su autocontrol, y (b) que el trabajo duro y la determinación nos llevarán al éxito. Por lo tanto, las personas o grupos que no se comportan de acuerdo con estas ideas son juzgados de manera negativa.

Cuadro 23.2: *Justificación basada en la reivindicación de jerarquías.*

Darwinismo social
• Consiste en asumir que las desigualdades sociales son inevitables, e incluso buenas, ya que contribuyen a la supervivencia de las personas o grupos más “aptos”.
La orientación hacia la dominancia social
• Esta ideología, que se ha analizado en el capítulo anterior, expresa la fuerza con que una persona desea que el grupo al que pertenece domine y sea superior a los otros. Ello llevaría a rechazar y menospreciar a los miembros de otros grupos.

Se aprecia que todas estas ideologías proporcionan un buen caldo de cultivo y una buena justificación para la estigmatización de otros grupos sociales. Estas justificaciones son propias del grupo dominante o mayoritario, pero además Jost y Hunyady (2002) proponen la existencia de una *Psicología de justificación del sistema*, que consiste en la tendencia por parte de las personas y los grupos sociales a justificar el *statu quo* predominante en un momento determinado (véase el Capítulo 1). Esta justificación, que en el grupo dominante se realiza a través de las estrategias que acabamos de mencionar, es lógica entre dichos grupos, pero lo paradójico es que se produce también, en muchas ocasiones, entre los miembros de los grupos desfavorecidos. Según Jost y Hunyady (2002) esto constituiría, por parte del grupo minoritario, una forma de afrontar circunstancias desfavorables que, en principio, no pueden ser cambiadas fácilmente. El asumir que nuestro grupo sufre el rechazo y la discriminación tiene costes psicológicos, pero el negarlo, no cabe duda, también los tiene.



Fuente: Máximo, El país 6-V-06.

Explicaciones del proceso de estigmatización

En relación con los orígenes del estigma existen dos explicaciones principales. La primera de ellas concibe el estigma como un proceso situacional específico propio de una sociedad y un tiempo determinados. La segunda, basada en una perspectiva evolucionista, hace hincapié en la presencia del estigma en todas las sociedades y en sus posibles funciones para la supervivencia del grupo.

El estigma como proceso situacional específico

Es la perspectiva más habitual en la actualidad (Dovidio, Major y Crocker, 2000). Según este punto de vista (Crocker y cols., 1998), el estigma está muy influido por el contexto cultural en el que tiene lugar, y no existe de antemano un conjunto de características que definan a los grupos susceptibles de ser estigmatizados. Lo que es aceptable, o incluso positivo en un momento dado en una determinada sociedad (tener unos kilos de más, por ejemplo) puede no serlo en otro momento.

Por otra parte, como ya hemos visto, la estigmatización puede utilizarse igualmente para conservar los privilegios del grupo dominante (véase el Cuadro 23.2). En este sentido también correrían peligro de resultar estigmatizados los miembros de un exogrupo vulnerable.

Perspectiva evolucionista del estigma

Este punto de vista (Neuberg, Smith y Asher, 2000) hace hincapié en el hecho de que el estigma se da en todas las sociedades humanas, y por ello trata de buscar características comunes entre los grupos o personas estigmatizados que pudieran justificar el rechazo. Según esta perspectiva, “las personas estigmatizarán a aquellos individuos cuyas características y acciones son vistas como amenazantes o que dificultan un funcionamiento eficaz del grupo” (Neuberg y cols., 2000, p. 34). En consecuencia, tendrían grandes probabilidades de ser estigmatizadas:

- Las personas del propio grupo que tratan de aprovecharse de él (ladrones, traidores).
- Las que no pueden contribuir de forma adecuada a su mantenimiento (discapacitados físicos y psíquicos).
- Las que realizan conductas contranormativas (homosexuales, alcohólicos).

Con respecto a los miembros del exogrupo, tenderán a ser estigmatizadas las personas que pertenezcan a un grupo que se perciba como amenazante.

Aunque en principio estas dos explicaciones parecen incompatibles, puede que en realidad no lo sean tanto. Así, por ejemplo, las conductas contranormativas pueden variar de una sociedad a otra, o de un momento a otro en la misma sociedad según cuál sea la norma predominante.



Stephen Hawking, físico británico

Por otra parte, existen numerosas discapacidades físicas que, en otras épocas, podrían haber dificultado el funcionamiento del grupo (pongamos por caso, en las sociedades primitivas).

En la actualidad, tales discapacidades no suponen ningún perjuicio serio para la sociedad. Hay que tener en cuenta, en este sentido, que la discapacidad física no guarda relación con la capacidad mental.

Un buen ejemplo lo proporciona el caso del gran físico británico Stephen Hawking.

23.2 La perspectiva de las personas que sufren el prejuicio

Se señaló al comienzo de este capítulo que la literatura sobre el prejuicio y la discriminación se ha centrado habitualmente en estudiar estos fenómenos desde el punto de vista del grupo dominante o mayoritario. Esta perspectiva se basa en la creencia de que, si conseguimos cambiar

las actitudes negativas del grupo dominante, el prejuicio se reducirá. Sin embargo, esta visión unilateral es insuficiente y, como señala García (2006), existen al menos dos razones que justifican la necesidad de abordar también el prejuicio desde el punto de vista de las personas que lo sufren.

En primer lugar estaría el hecho, asumido por la Psicología social, de que el prejuicio refleja las relaciones intergrupales existentes en un momento determinado. Por ello, la perspectiva de todos los grupos participantes en la interacción social, sea cual sea su estatus, es fundamental para alcanzar una comprensión que permita solucionar los problemas derivados de dicha interacción. De esta forma, se hace necesario tener en cuenta también las actitudes y opiniones que los grupos estigmatizados tienen hacia el grupo mayoritario, dado que dichas actitudes, o la percepción que el grupo dominante tiene de ellas (*metaestereotipo*), influyen a su vez en el prejuicio y la discriminación del grupo dominante (Gómez, 2002).

En segundo lugar, el estudio del prejuicio únicamente desde la perspectiva del grupo mayoritario puede llevar a una interpretación sesgada de los resultados que se obtengan en la investigación. No sería adecuado olvidar que los investigadores suelen pertenecer al grupo dominante y no es fácil que, aunque lo intenten, adopten la perspectiva y compartan los intereses y la forma de ver el mundo de los grupos estigmatizados. Quizás un ejemplo permita apreciar más claramente lo que tratamos de decir.

Si se trata de reducir el prejuicio hacia los inmigrantes de una determinada procedencia, no bastaría sólo con conocer la opinión de los españoles hacia ellos. Sería necesario conocer también la opinión, las aspiraciones y la realidad social y cultural de las personas que integran dicho colectivo. Cualquier intervención que no tenga en cuenta esta realidad, por muy bienintencionada que sea, está destinada al fracaso. Por estas razones, en la actualidad cada vez es mayor el número de autores que tiene en cuenta la perspectiva de los grupos objeto de prejuicio (Swim y Stangor, 1998). El estudio de los efectos del prejuicio sobre las personas pertenecientes a los grupos estigmatizados, que constituye nuestro siguiente apartado, es un ejemplo de dicha perspectiva.

23.3 Los efectos del prejuicio

Al estudiar los efectos del prejuicio y la estigmatización hay que tener en cuenta varias cuestiones.

En primer lugar, que los diferentes grupos suscitan reacciones diferentes. En algunos casos puede predominar la pena y la incomodidad (ante un discapacitado físico, por ejemplo), en otros predomina el temor (ante una persona con VIH, por ejemplo), en otros, finalmente, puede predominar la agresividad (como sucede en ocasiones con los inmigrantes de cultura diferente). Por esta razón no debe suponerse automáticamente que el prejuicio tiene los mismos efectos para todos los grupos, sino que es necesario conocer específicamente la percepción de prejuicio y discriminación que tienen las personas de los diferentes grupos estigmatizados.

En segundo lugar, hay que tener en cuenta que puede haber diferencias individuales a la hora de percibir y afrontar el prejuicio, y en consecuencia, los efectos pueden ser diferentes según la persona afectada.

En tercer lugar, hay que ser conscientes de que las personas pertenecientes a los grupos discriminados no son meros receptores pasivos del prejuicio sino que recurren, con mayor o menor éxito, a diversas estrategias (individuales y grupales) para afrontarlo. Hablaremos de algunas de estas estrategias un poco más adelante.

Como ya se puso de manifiesto en el capítulo anterior, el prejuicio es a la vez un fenómeno individual, grupal y societal; por ello sus efectos deben analizarse en estos tres planos. Eso es lo que haremos a continuación.

Efectos del prejuicio en el plano individual

Este apartado aborda el estudio de dos importantes efectos del prejuicio sobre las personas pertenecientes a los grupos estigmatizados: los efectos sobre la autoestima y los efectos sobre el rendimiento.

Consecuencias del prejuicio y el estigma sobre la autoestima

En las sociedades occidentales la autoestima es la variable que mejor predice la satisfacción vital, por encima incluso de otras variables sociodemográficas (edad, educación, nivel de renta) o psicológicas. Por ello resulta importante analizar los efectos del prejuicio sobre la autoestima.



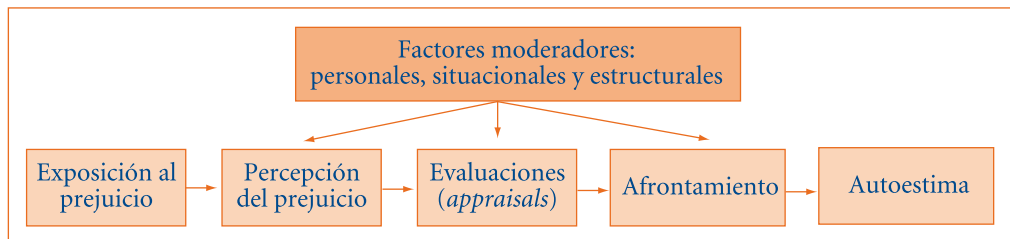
La perspectiva tradicional mantiene que la persona estigmatizada asume la visión que de ella tiene la sociedad. Por tanto, cuanto más rechazo suscita un grupo, menor debería de ser la autoestima entre sus miembros. Sin embargo, los resultados son inconsistentes y varían según el tipo de estigma analizado y la metodología empleada.

Así, en el metaanálisis realizado por Twenge y Crocker (2002), se encontró que los afroamericanos (el grupo estigmatizado) tenían mayor autoestima personal que los blancos.

Por su parte, Miller y Downey (1999), encontraron que las mujeres con sobrepeso presentaban menor autoestima que las mujeres con un peso dentro de la media.

Para explicar estas inconsistencias se ha propuesto el llamado *Modelo del estímulo-percepción-respuesta*, que señala que la relación entre prejuicio y autoestima no es directa, sino que está mediada por un aspecto subjetivo, la percepción de prejuicio que tiene la persona del grupo estigmatizado. Major, McCoy, Kaiser y Quinton (2003) van un paso más adelante al proponer su Modelo transaccional de respuestas hacia el prejuicio. Véase la Figura 23.1.

Figura 23.1: Modelo transaccional de respuestas hacia el prejuicio.



Fuente: Major y cols. (2003).

Este modelo está basado en los modelos transaccionales de estrés y afrontamiento propuestos, entre otros, por Lazarus y Folkman (1984) para explicar las diferencias individuales

en las respuestas a situaciones estresantes. Major y cols. (2003) sostienen que el poseer una identidad social negativa (estigma) es un estresor similar a otros tipos de estresores crónicos y agudos; de esta forma, la respuesta al prejuicio va a depender de la evaluación acerca de la amenaza potencial del estresor (el prejuicio) y de la capacidad y estrategias adoptadas para afrontarlo. Entre las variables moderadoras del impacto del prejuicio sobre la autoestima pueden mencionarse:

- La *amenaza a la identidad personal*: cuanto mayor es la amenaza a la identidad personal, mayor es la probabilidad de que el prejuicio afecte negativamente a la autoestima.
- La *claridad de las manifestaciones del prejuicio*: el prejuicio manifiesto protegería mejor la autoestima que el prejuicio sutil, porque es más fácil achacar cualquier resultado negativo al prejuicio si este se ha manifestado claramente.
- La *identificación con el grupo*: aquí los resultados son ambiguos, ya que, por un lado, identificarse con un grupo estigmatizado puede afectar negativamente a la autoestima, pero, por otro, algunos resultados demuestran que la identificación con el grupo puede ser una buena estrategia de afrontamiento del prejuicio, sobre todo cuando la movilidad social es difícil, como sostiene el modelo del rechazo-identificación (Branscombe, Schmitt y Harvey, 1999).
- *Diversas características personales*: por ejemplo el optimismo, ya que se ha observado que este rasgo modera de forma positiva la relación entre prejuicio y autoestima.

Tanto en el Modelo estímulo-percepción-respuesta como en el Modelo transaccional de respuestas hacia el prejuicio, la percepción del prejuicio es una variable clave. En el Cuadro 23.3 se proporciona, como ejemplo, una escala utilizada en la investigación para medir la sensibilidad de las personas hacia su posible estigma. Dicha sensibilidad constituye un excelente predictor de la percepción de prejuicio.

Cuadro 23.3: La conciencia del estigma.

La *conciencia del estigma* se define como el grado en el que las personas esperan que las demás las estereotipen debido a su pertenencia grupal (Pinel, 1999). La escala elaborada por esta autora mide la conciencia o susceptibilidad hacia el estigma por parte de las mujeres, pero, con las debidas modificaciones, se puede aplicar a otros grupos sociales. A continuación se transcriben los diez ítems de la escala.

1. Los estereotipos acerca de las mujeres no me afectan personalmente (invertir).
2. Nunca me preocupa que mis conductas sean vistas como estereotípicamente femeninas (invertir).
3. Cuando interactúo con hombres me da la impresión de que interpretan lo que hago a partir del hecho de que soy mujer.
4. La mayor parte de los hombres no juzgan a las mujeres por su género (invertir).
5. El hecho de ser mujer no ejerce influencia sobre la manera en la que los hombres me tratan (invertir).
6. Cuando interactúo con hombres casi nunca pienso que soy mujer (invertir).
7. El que sea mujer no influye en como las personas se comportan conmigo (invertir).
8. La mayor parte de los hombres tienen más pensamientos sexistas de los que realmente expresan.
9. A menudo creo que los hombres son acusados injustamente de ser sexistas (invertir).
10. La mayor parte de los hombres tienen problemas para ver a las mujeres como iguales.

En su artículo de 1999, Pinel encuentra buena fiabilidad y validez en esta escala. Las puntuaciones en este instrumento predicen la percepción de discriminación y la capacidad de generar ejemplos convincentes de que dicha discriminación existe.

Consecuencias del prejuicio sobre el rendimiento: la amenaza del estereotipo

Los estudios en este apartado se han centrado principalmente en analizar las diferencias en el rendimiento académico de los diversos grupos raciales sobre todo en los Estados Unidos. En este sentido los resultados son claros: comparados con los norteamericanos de raza blanca, afroamericanos y latinos obtienen un rendimiento claramente inferior en todos los indicadores analizados. Para explicar estas diferencias suele recurrirse, al menos, a dos explicaciones que no son excluyentes entre sí. La primera tiene un carácter socioeconómico: los grupos estigmatizados suelen tener menos recursos económicos, y por lo tanto tienen también menos probabilidades de recibir una educación adecuada. La segunda, que será revisada a continuación, tiene que ver con lo que se conoce como amenaza del estereotipo.

El concepto de *amenaza del estereotipo* surge a partir de un trabajo de Steele y Aronson en 1995 en el que se analizaba el rendimiento académico de estudiantes afroamericanos en los Estados Unidos. Los autores parten de la hipótesis de que, cuando los estudiantes afroamericanos realizan una tarea de tipo académico o intelectual, son conscientes del estereotipo existente hacia ellos en la sociedad estadounidense, que mantiene que “los afroamericanos están menos capacitados intelectualmente que los blancos”. El ser conscientes de este estereotipo constituye una amenaza que interfiere, precisamente, en el rendimiento de los estudiantes en tareas relacionadas con la habilidad intelectual. A través de varios experimentos los autores demuestran que cuando se hace saliente el estereotipo o cuando se dice que la prueba que se va a realizar es “diagnóstica” de la capacidad intelectual del participante en el experimento, el rendimiento de los participantes afroamericanos empeora.

Desde entonces se han realizado numerosos estudios que demuestran que, cuando las personas deben realizar una tarea difícil en un área en la que su grupo es considerado poco competente, el temor a confirmar el estereotipo negativo les produce una tensión psicológica que les hace disminuir su rendimiento. Además, a largo plazo, las personas del grupo estereotipado negativamente pueden acabar evitando las actividades relacionadas con dicho estereotipo.

La existencia de la amenaza del estereotipo se ha podido comprobar en numerosos grupos sociales acerca de los cuales existen estereotipos negativos. Por ejemplo, afroamericanos y latinos (en el ámbito académico), las mujeres (en la realización de actividades académicas supuestamente masculinas, como las matemáticas), las personas procedentes de un estatus socioeconómico bajo, los ancianos.



Sin embargo, se ha comprobado también su existencia en los grupos supuestamente mayoritarios y dominantes. Así, por ejemplo, Aronson, Justina, Good y Keough (1999), encontraron que los estudiantes varones blancos también sufrían la amenaza del estereotipo a la hora de realizar una tarea de matemáticas cuando con anterioridad se hacía saliente la superioridad de los estudiantes asiáticos en el campo de las matemáticas. Además, esto sucedía en mayor medida entre aquellos participantes que consideraban importantes las habilidades matemáticas para su autoconcepto. Por su parte, Leyens, Désert, Croizet y Darcis (2000), también encontraron un efecto de amenaza del estereotipo en estudiantes varones a la hora de realizar una tarea de “procesamiento afectivo de la información” cuando se les había informado antes de que en dicho tipo de tareas las mujeres eran más hábiles que los hombres.

Entre los principales mecanismos propuestos para dar cuenta de la amenaza del estereotipo pueden destacarse los siguientes (Maass y Cadinu, 2003):

- *Aumento de la ansiedad*: desde este punto de vista, el origen de la disminución del rendimiento estaría en la ansiedad que sufren las personas del grupo minoritario para que no se confirme el estereotipo negativo; dicha ansiedad interferiría con el desempeño de la tarea a realizar.
- *Exceso de precaución a la hora de responder*: según este mecanismo, la preocupación de estar siendo evaluado junto con el deseo de evitar los fallos hacen que los miembros de la minoría tomen unas precauciones excesivas a la hora de responder; esto haría que el número de respuestas emitido sea menor.
- *Disminución de las expectativas de rendimiento*: según esta hipótesis, la amenaza del estereotipo reduciría las expectativas de desempeñar bien la tarea. A su vez, esta disminución de expectativas conduciría a un peor desempeño.

Maass y Cadinu (2003) recomiendan que las futuras investigaciones en el terreno de la amenaza del estereotipo:

- Busquen una mejor comprensión de los procesos que originan este fenómeno.
- Traten de identificar las características individuales que pueden hacer a una persona más o menos susceptible a la amenaza del estereotipo.
- Intenten identificar los contextos sociales y situacionales que hacen más probable la amenaza del estereotipo y, a partir de todo lo anterior.
- Procuren diseñar programas de intervención para minimizar el efecto de la amenaza del estereotipo.

Efectos del prejuicio en el plano grupal

El principal efecto del prejuicio en el plano grupal es generar una identidad social negativa para las personas pertenecientes a los grupos estigmatizados. Ya se ha señalado que Major y cols. (2003, p. 86) se basan en la literatura existente para afirmar que “poseer, de manera consensuada, una identidad social devaluada constituye un estresor similar a otros tipos de estresores tanto crónicos como agudos”. Dichos autores estudiaban los efectos de la identidad social negativa sobre la autoestima individual (punto analizado en el apartado anterior). Sin embargo, la teoría que más ha estudiado los efectos de la identidad social negativa y las posibles estrategias individuales y grupales para mejorarla ha sido, sin duda, la Teoría de la identidad social. Esta teoría ha sido expuesta en otros capítulos de esta obra; por esta razón, aquí se van a considerar exclusivamente sus aportaciones en relación con el afrontamiento del prejuicio.

Según la Teoría de la Identidad Social (en adelante TIS), la identidad social es el aspecto del autoconcepto personal que está basado en la pertenencia grupal (Turner, 1999).

Cuadro 23.4: *Escala de autoestima colectiva (Luhtanen y Crocker, 1992).*

Luhtanen y Crocker (1992) diseñaron un instrumento para medir la autoestima en el plano colectivo. Su elaboración se debió a la necesidad de contar con un instrumento adaptado a los postulados de la Teoría de la identidad social. Se presupone que una elevada autoestima colectiva refleja una identidad social positiva.

La escala de autoestima colectiva consta de 16 ítems agrupados en 4 subescalas de 4 ítems cada una. Los ítems están redactados de una forma general que permite su adaptación a cualquier grupo. Debajo se presentan algunos ejemplos de ítems correspondientes a las cuatro subescalas:

Subescala de Pertenencia: "Creo que soy un miembro valorado de los grupos sociales a los que pertenezco".

Subescala de Autoestima colectiva (privada): "A menudo lamento pertenecer a algunos de los grupos a los que pertenezco".

Autoestima colectiva (pública): "Los grupos sociales de los que formo parte están bien considerados por los otros".

Subescala de Identidad: "Mi pertenencia grupal tiene poco que ver con la forma en la que me considero a mí mismo".

La escala de autoestima colectiva es utilizada con mucha frecuencia en la actualidad. Se utiliza para medir diferencias en autoestima colectiva entre los distintos grupos sociales (por ejemplo, Verkuyten, 2005), en estudios de carácter experimental que tratan de relacionar sesgo endogrupal con autoestima (por ejemplo, Houston y Andreopoulou, 2003) y en estudios que examinan la relación autoestima-satisfacción vital (por ejemplo, Zhang, 2005), entre otros.

Algunos de los supuestos básicos de la TIS se señalan a continuación:

- La personas se esfuerzan por conseguir o mantener una identidad social positiva.
- La identidad social positiva se consigue en gran medida a través de comparaciones del propio grupo (endogrupo) con otros grupos relevantes (exogrupos) en las que el endogrupo sale victorioso.
- Cuando la identidad social es insatisfactoria, las personas se esforzarán por cambiar esa situación: para ello abandonarán el grupo al que hasta ese momento pertenecían o tratarán de que dicho grupo cambie, de forma que les permita mantener una cierta identidad positiva (Tajfel y Turner, 1985).

Por tanto, la TIS es capaz de abordar el prejuicio tanto desde el punto de vista del grupo mayoritario, como desde el punto de vista del grupo minoritario. La primera perspectiva fue analizada en el Capítulo 22 al hablar de las posibles explicaciones del prejuicio. En este capítulo nos centraremos en la perspectiva del grupo estigmatizado.

Según la TIS, cuando una persona tiene una identidad social negativa existen tres posibles soluciones para intentar cambiarla:

- *Movilidad individual:* consiste en abandonar el grupo al que se pertenece y tratar de vincularse a un grupo que proporcione una identidad social positiva. Esta solución raras veces es posible para las personas pertenecientes a grupos estigmatizados (por ejemplo, no es fácil cambiar de etnia ni de cultura).
- *Creatividad social:* consiste en buscar una estrategia que permita, sin cambiar de grupo, mantener la identidad social positiva. Esto puede hacerse de varias formas. Una de ellas es buscar una dimensión de comparación nueva en la que el endogrupo salga victorioso (por ejemplo, los afroamericanos pueden compararse con los blancos en rendimiento deportivo

en vez de en rendimiento académico). Otra posibilidad es intentar cambiar los valores asignados a los atributos que posee el endogrupo, de modo que las comparaciones que antes eran negativas ahora se perciban como positivas (lo negro es bello). En ocasiones se puede intentar cambiar el exogrupo de comparación por otro más asequible (por ejemplo, un grupo de inmigrantes puede optar por compararse con otro grupo de inmigrantes en vez de con el grupo mayoritario).

- *Competición social*: consiste en tratar de recuperar la identidad social positiva a base de reclamar los derechos que el grupo cree que le corresponden a través de la confrontación directa con el grupo mayoritario. Como cabe suponer, esta estrategia es muy costosa y arriesgada para el grupo que no tiene el poder.

Entre los escasos modelos que tratan de predecir a largo plazo el estado de las relaciones intergrupales desde una perspectiva psicosocial está el de Taylor y McKirnan (1984), que se presenta en el Cuadro 23.5.

Cuadro 23.5: *Modelo de los cinco estadios en las relaciones intergrupales.*

Taylor y McKirnan presuponen que las sociedades están estratificadas y que en ellas existen siempre grupos de alto y de bajo estatus. Las relaciones entre grupos atraviesan varias etapas, aunque no se puede predecir la duración de cada una de ellas, dado que depende de las circunstancias históricas específicas y de la dinámica propia de cada relación grupal. La transición de una a otra etapa se produce a partir de dos procesos psicológicos básicos bien estudiados por la Psicología social: los procesos de atribución causal y los procesos de comparación social. Dichas etapas o estadios son los siguientes:

Primera fase: relaciones intergrupales claramente estratificadas

Se parte del supuesto de que son dos los grupos que se relacionan. Inicialmente, uno de ellos ocupa una posición dominante sobre el otro y entre los dos grupos se alza una barrera insalvable (por ejemplo, sociedades feudales, sistemas de castas, esclavos vs. blancos en los Estados Unidos de Norteamérica). La razón de la división puede ser muy variada, desde la raza o el sexo hasta características culturales como la religión o el idioma y no es, en principio, puesta en entredicho por los miembros de ninguno de los grupos. En esta fase, las pautas de atribución y comparación sociales se realizan únicamente entre individuos y se producen sólo en el seno de cada grupo.

Segunda fase: emergencia de una ideología social individualista

La estratificación sigue vigente. Sin embargo, debido al progreso relativo de la sociedad en cuestión, empieza a tenerse en cuenta la “valía” o logros personales de personas individuales, y empieza a abrirse camino la idea de que la movilidad social es posible. Tanto los miembros de los grupos favorecidos como los de los grupos desfavorecidos atribuyen su estatus a características personales (habilidad, esfuerzo) de los que ellos mismos son responsables. En esta fase pueden darse comparaciones entre miembros de diversos grupos, pero en un plano interindividual.

Tercera fase: movilidad social

Los miembros más competentes (la élite potencial) de los grupos desfavorecidos intentan cambiar de grupo. La motivación para hacerlo radica, tal como sostiene la TIS, en la búsqueda de una identidad social positiva. Según este modelo, las acciones colectivas de los grupos desfavorecidos sólo tienen lugar cuando estos intentos individuales de ascensión social fallan.

Cuarta fase: surgimiento de la conciencia

El ascenso individual de algunos miembros del grupo desfavorecido contribuye a mantener el *statu quo*. Esto sucede principalmente por dos razones. En primer lugar, porque hace ver a los miembros del grupo subordinado la “justicia” del sistema existente: si se trabaja duro uno obtiene su recompensa.

Continúa

En segundo lugar, porque priva al grupo subordinado de los líderes potenciales que podrían fomentar el conflicto. Sin embargo, no todos los que lo intentan pueden pasar al grupo dominante. El fracaso de los que no lo logran es la semilla de un estado de descontento. Esto sucede porque el fracaso se deja de atribuir a causas personales (no soy lo suficientemente bueno) y se empieza a atribuir a la actuación discriminatoria del otro grupo. Las comparaciones sociales empiezan a realizarse, por tanto y poco a poco, de forma intergrupala y no de forma interpersonal.

Quinta Fase: relaciones intergrupales competitivas

Esta "conciencia" nacida en el grupo desfavorecido da lugar a intentos de mejorar su posición con respecto al grupo dominante. Según los métodos sugeridos por Tajfel y Turner en su TIS, dicha mejora puede realizarse a través de la competición directa o a través de la redefinición de algunas características del grupo desfavorecido (lo negro es bello). En esta fase el grupo desfavorecido trata de realizar comparaciones intergrupales mientras que el grupo dominante intenta por todos los medios a su alcance hacer creer que sólo las comparaciones individuales son legítimas. Las pautas atributivas del grupo subordinado también varían. Así, se realiza una atribución externa del estado de la cuestión, culpabilizando al grupo dominante por la subordinación actual y pasada. Por el contrario, se realiza una atribución interna en relación con el futuro: se piensa que el propio grupo va a ser capaz de mejorar su situación a partir de sus propias cualidades.

Una vez llegados a este punto, el conflicto intergrupala puede terminar de tres maneras posibles:

- Si la relación de poder entre el grupo subordinado y el dominante no consigue ser cambiada se volvería a la etapa 2 y el ciclo seguiría de nuevo.
- El grupo dominado puede "dar la vuelta a la tortilla"; entonces se volvería también a la etapa 2 pero con los grupos cambiados de papel.
- Los grupos pueden alcanzar una relativa igualdad de poder; en esta situación seguirían produciéndose constantes comparaciones intergrupales. Al no haber un grupo claramente vencedor, se produciría lo que Taylor y Moghaddam (1994, p. 148) llaman "un saludable estado de competición social".

Fuente: Taylor y McKirnan, 1984.

Efectos del prejuicio en el plano societal: la exclusión social

Major y Eccleston (2005) señalan que la exclusión social es un aspecto esencial de la estigmatización y el prejuicio. La exclusión social hace referencia a una serie de procesos que ocasionan que algunas personas y grupos sociales (estigmatizados y objeto de prejuicio) se vean apartados de un conjunto de derechos de carácter político, laboral, económico y social propios del Estado de Bienestar predominante en los países desarrollados. Según la Comisión de las Comunidades Europeas, existen una serie de indicadores que señalan la existencia de alto riesgo de sufrir exclusión social.



Entre ellos cabe mencionar la imposibilidad de encontrar empleo, la situación de pobreza, el residir en infraviviendas, el aislamiento y la ruptura social, así como la carencia de apoyos institucionales (Tezanos, 1999).

Existen diversos grupos susceptibles de sufrir la exclusión social. Entre ellos podemos mencionar a los mendigos y personas "sin techo", a los alcohólicos y drogadictos y a los inmigrantes, sobre todo los que llegan en situación ilegal.

Todos los grupos que acabamos de mencionar quedan fuera del alcance de la justicia y de las preocupaciones morales de la población mayoritaria. Es lo que Bierbrauer (2000) denomina *exclusión moral*. Aparte de las dificultades económicas y de acceso a los recursos que supone la exclusión social, también tiene importantes efectos psicológicos y psicosociales negativos, de los cuales hemos hablado a lo largo de este capítulo. Para una revisión más amplia en castellano de los orígenes y efectos de la exclusión social desde una perspectiva psicosocial, puede consultarse el artículo de Molero, Navas y Morales (2001) o el capítulo de Morales (2003).

23.4 La reducción del prejuicio

La lectura del capítulo anterior y de los apartados anteriores de éste habrá hecho conscientes, creemos, a los lectores de la ubicuidad del prejuicio y la dificultad de encontrarle solución. Si se tiene en cuenta que el prejuicio refleja el estado de las relaciones intergrupales en un momento determinado, y se considera, por un lado, la tendencia universal de los seres humanos a favorecer a los miembros de su grupo y, por otro, que en numerosas ocasiones los grupos han de competir entre sí por recursos escasos, la posibilidad del conflicto entre grupos y los fenómenos con él asociados (como los estereotipos negativos, el prejuicio y la discriminación) está siempre muy presente. Además, tampoco hay que olvidar que la existencia del prejuicio suele favorecer a los miembros del grupo mayoritario o dominante, por lo que algunos de éstos pueden no estar demasiado interesados en su desaparición.

En todo caso, la reducción del prejuicio no se puede emprender desde un solo punto de vista, sino que es necesaria la colaboración de un buen número de disciplinas académicas (Economía, Derecho, Antropología, Geografía, Historia, Sociología, entre otras) y la intervención de los diversos actores sociales (políticos, asociaciones y ciudadanos). Eso no quiere decir que la aportación que puede hacerse desde la Psicología social sea irrelevante. Todo lo contrario, ya que, si somos capaces de comprender los orígenes del prejuicio, sus efectos y los factores que contribuyen a disminuirlo o a aumentarlo, habremos dado un paso importante en su solución.

Como ya se ha dicho repetidas veces a lo largo del capítulo, el prejuicio es un fenómeno que puede analizarse a varios niveles. Por esa razón, Duckitt (2001) propone un modelo de reducción del prejuicio basado en sus diferentes niveles de causalidad, que presentamos en el Cuadro 23.6.

Cuadro 23.6: Posibles intervenciones para reducir el prejuicio según sus causas.

Duckitt (2001) señala que pueden distinguirse cuatro niveles causales del prejuicio, y que cada uno de ellos lleva asociado un tipo de intervención particular.

Nivel cognitivo-perceptivo: las intervenciones intentan cambiar la categorización que los miembros del grupo mayoritario hacen del grupo perjudicado y de sí mismos. En este sentido habría al menos tres posibilidades:

- Descategorización, que consiste en disminuir la importancia de la categoría de pertenencia.
- Recategorización, que consiste en la creación una categoría supraordenada que englobe a los miembros de los dos grupos en conflicto (nos ocuparemos con mayor detalle de esta posibilidad más adelante).
- Categorización cruzada, que consiste en resaltar la pertenencia común de los miembros de los grupos en conflicto a una tercera categoría.

Nivel individual: las intervenciones se destinan a cambiar la susceptibilidad individual hacia el prejuicio. Esto podría lograrse, por ejemplo, por medio de la disminución de las actitudes autoritarias de una persona (Altemeyer, 1994).

Nivel interpersonal: las intervenciones se realizan a través de campañas publicitarias y de los medios de comunicación, y también en la escuela.

Nivel societal-intergrupar: las intervenciones se orientan a cambiar las condiciones sociales que fomentan el prejuicio a través de la legislación y las medidas políticas (por ejemplo, políticas de integración y de acción afirmativa).

Si bien los cuatro niveles propuestos por Duckitt son susceptibles de crítica (por ejemplo, las intervenciones que dicho autor incluye en el nivel interpersonal también podrían asignarse fácilmente al nivel societal), resultan de interés por su idea de que es posible reducir el prejuicio a través de intervenciones a diversos niveles y de que, según el momento por el que atraviesen las relaciones intergrupales, algunos tipos de intervención pueden ser más recomendables que otros. Así, por ejemplo, cuando las relaciones intergrupales son muy conflictivas las intervenciones al nivel interpersonal o individual pueden ser muy difíciles e ineficaces, mientras no se tomen medidas políticas para restablecer la igualdad.

A continuación vamos a centrarnos en tres de las propuestas realizadas desde la Psicología social para la reducción del prejuicio y la mejora de las relaciones intergrupales. En primer lugar, expondremos la *hipótesis del contacto*, formulada por Allport (1954) y que en la actualidad ha adquirido una renovada vitalidad. En segundo lugar, hablaremos de algunos de los modelos de reducción del prejuicio basados en la modificación categorial, centrándonos en concreto en el *Modelo de la identidad endogrupal común*, formulado por Gaertner y Dovidio (2000). Dicho modelo está generando en la actualidad una gran cantidad de investigación. Finalmente, abordaremos una perspectiva relativamente nueva que trata de buscar la reducción del prejuicio a través del aumento de la comprensión y la empatía hacia las personas que lo sufren. Esta perspectiva está basada en los trabajos de Batson y sus colaboradores realizados a partir de 1997.

La hipótesis del contacto



Gordon W. Allport
(1897-1967)

La hipótesis del contacto la formuló G. W. Allport en 1954. Sostiene que, en ciertas condiciones, el contacto entre las personas de grupos diferentes sirve para reducir el prejuicio.

El caballo de batalla de esta teoría ha sido precisamente determinar cuáles son las condiciones que deben cumplirse para que el prejuicio disminuya. Brown (1998), a partir de una revisión de la literatura, señala como importantes para el éxito del contacto las siguientes condiciones:

1. Existencia de apoyo social e institucional

Si se aspira a que el contacto sirva para mejorar las relaciones intergrupales, es importante que exista un apoyo institucional. Esto es así al menos por tres razones:

- Quienes ocupan posiciones de autoridad están en condiciones de otorgar sanciones o recompensas si se cumplen los objetivos propuestos. Por ejemplo, si se trata de fomentar la integración de los alumnos hijos de inmigrantes en los colegios, las autoridades escolares pueden otorgar más fondos y/o reconocimiento público a los colegios que mejor

hayan contribuido a dicha integración, fomentando así acciones similares por parte de otros colegas.

- El estudio de los procesos de reducción de disonancia (véase el Capítulo 19) muestra que, cuando una persona se comporta de forma no prejuiciosa, aunque sea de manera inducida, acabará muy probablemente por modificar su actitud hasta hacerla congruente con su conducta. Por tanto, si las leyes dificultan la expresión del prejuicio, es probable que ello produzca una disminución real de las actitudes prejuiciosas.
- El apoyo institucional a las medidas de contacto ayuda a crear un nuevo clima social en el que pueden surgir normas más tolerantes.

Con todo, es conveniente recordar algo que ya se señaló en el capítulo anterior, en concreto, que la penalización de las conductas prejuiciosas es una de las posibles explicaciones del surgimiento de las nuevas formas de prejuicio sutil, menos patentes pero igualmente perniciosas. Esto significa que, aunque puedan ayudar, los cambios de legislación no eliminan automáticamente las barreras entre los diferentes grupos.

2. Potencial de relación

Para mejorar las relaciones intergrupales no basta simplemente con poner juntos a los miembros de los grupos implicados. La segunda condición para que el contacto sea eficaz es que tenga la frecuencia, duración y proximidad suficientes como para permitir el desarrollo de relaciones positivas entre las personas de los grupos cuya relación se trata de mejorar. Se supone que, de esta forma, las relaciones interpersonales positivas entre los miembros de grupos diferentes pueden generalizarse al exogrupo en su totalidad. En apoyo de esta idea, en el estudio realizado por Pettigrew y Meertens (1995) se encontró que uno de los factores que mejor predicen la ausencia de prejuicio es precisamente la existencia de amigos entre las personas del exogrupo.

3. Estatus de igualdad

Otra condición importante para que el contacto tenga éxito es que los miembros de los grupos que se relacionan tengan un estatus parecido. Esto sucede porque las diferencias de estatus distorsionan la relación y refuerzan los estereotipos previos que se tienen hacia el grupo minoritario. Así, por ejemplo, blancos y negros llevan siglos de contacto en los Estados Unidos y, a pesar de ello, el prejuicio y la discriminación siguen existiendo todavía. Además, en caso de que la relación fuera positiva, la generalización a los demás miembros del exogrupo sería complicada. El estudio de Minard (1952) ilustra muy bien estas cuestiones. En dicho estudio, que investigaba las relaciones entre blancos y negros en una mina de carbón, se encontró que en el lugar de trabajo (donde blancos y negros tenían el mismo estatus, puesto que todos eran mineros), el prejuicio y la discriminación eran más bien bajos. Sin embargo, fuera de este contexto, el prejuicio y la discriminación volvían a adquirir una intensidad elevada.

4. Cooperación

Finalmente, otro factor importante para que el contacto tenga éxito es que los miembros de los grupos que interactúan estén implicados en una tarea que requiera la cooperación de todos para ser realizada con éxito. Cuando los miembros de grupos diferentes dependen unos de otros para la consecución de sus objetivos, tienen razones instrumentales para desarrollar vínculos positivos entre sí. Esta es una de las ideas principales que rigen una importante línea de intervención que, basada en el aprendizaje cooperativo, busca la mejora de las relaciones intergrupales en la escuela (véase el Cuadro 23.7)

Cuadro 23.7: *Aprendizaje cooperativo para la mejora de las relaciones intergrupales.*

Las bases teóricas sobre las que se asientan las técnicas de aprendizaje cooperativo provienen principalmente de dos líneas de investigación importantes dentro de la Psicología social.

La primera tiene que ver con los estudios sobre cooperación. Estos demuestran que, cuando se requiere cooperación dentro de un grupo, la motivación, la comunicación, las relaciones entre personas y el rendimiento mejoran dentro de dicho grupo. Además, el experimento clásico de Sherif y cols. (1961) sobre el conflicto intergrupar demostró que la única forma de reducir el conflicto intergrupar inducido por los experimentadores era la creación de metas para cuya obtención se requería la participación de ambos grupos rivales. La segunda línea de investigación viene de la propia *hipótesis del contacto* que acabamos de revisar.

Aunque existen diferentes modalidades, las técnicas de aprendizaje cooperativo en el aula presentan dos características generales comunes:

1. El grupo amplio de la clase se subdivide en pequeños grupos heterogéneos de trabajo (la composición de dichos grupos es determinada por el profesor en función de los objetivos propuestos).
2. La tarea que se va a realizar requiere una interacción directa (cara a cara) entre los miembros del grupo en una situación en la que éstos son interdependientes. Esto significa que los estudiantes sólo pueden alcanzar sus metas individuales a través del éxito del grupo.

Se supone que la interacción en dichas condiciones, por un lado, mejorará las relaciones intergrupales entre alumnos de diferente etnia, nacionalidad y/o características académicas y, por otro, facilitará un mejor rendimiento académico de todos los participantes en general, pero en mayor medida en los estudiantes provenientes de los grupos más desfavorecidos.

Los resultados del metaanálisis realizado por Slavin (1995) apuntan en esta dirección. En dicho estudio se analizaron 99 trabajos en los que se utilizaban diversas técnicas de aprendizaje cooperativo. Para ser incluido en el metaanálisis el aprendizaje cooperativo debía haberse realizado durante más de cuatro semanas y debían existir grupos de comparación equivalentes. Se encontró que en el 64% de los trabajos, el rendimiento de las clases en las que se había empleado el aprendizaje cooperativo era mejor que en las que no se había utilizado.

A lo largo de los más de cincuenta años transcurridos desde que Allport formulara la hipótesis del contacto, se han realizado cientos de estudios utilizando distintos grupos y diferente metodología. Sin embargo, los autores no se ponen de acuerdo a la hora de hacer balance de dichas investigaciones. Así, mientras que para algunos investigadores la hipótesis del contacto ha recibido un claro apoyo empírico, para otros no ha podido demostrarse de forma fehaciente su utilidad. En este contexto tiene especial importancia el reciente metaanálisis realizado por Pettigrew y Tropp (2006). En su estudio estos autores han utilizado 713 muestras independientes provenientes de 515 estudios empíricos realizados durante los últimos treinta años en 38 países diferentes, y han tenido especial cuidado en balancear los posibles sesgos a la hora de seleccionar las diferentes investigaciones que se incluyen en su metaanálisis. Los resultados demuestran claramente que el contacto intergrupar reduce el prejuicio entre los diferentes grupos, y que las cuatro condiciones que acabamos de mencionar más arriba, si bien aumentan la eficacia del contacto, no son necesarias para que dicho contacto alcance efectos positivos. El lector interesado puede encontrar más información en castellano acerca de la hipótesis del contacto en Brown (1998) o Gómez (2004).

Otra prometedora línea de investigación basada en la hipótesis del contacto es la propuesta por Wright, Aron, McLaughlin-Volpe y Ropp (1997). Dichos autores formulan la denominada *hipótesis del contacto extendido*, que sostiene que el mero hecho de conocer u observar que un miembro de nuestro grupo mantiene una relación estrecha con un miembro del exogrupo puede contribuir a la mejora de las actitudes intergrupales. Esta idea, de

confirmarse en posteriores investigaciones, tiene unas implicaciones prácticas importantes para la intervención, ya que, observar o dar publicidad a las interacciones positivas entre los miembros de nuestro grupo y otro grupo estigmatizado es mucho menos costoso en tiempo y esfuerzo que propiciar un encuentro real entre los miembros de ambos grupos, y además suscita menos ansiedad entre las personas del grupo mayoritario.

Estrategias de reducción del prejuicio basadas en procesos cognitivos: la modificación de las categorías

Existen varias estrategias de reducción del prejuicio basadas en la modificación de la categoría en la que el grupo dominante clasifica a los miembros del grupo estigmatizado. El razonamiento que subyace a todas ellas es que, si la categorización tiende a aumentar las diferencias entre grupos y el favoritismo endogrupal (importantes antecedentes del prejuicio), cualquier mecanismo que consiga disminuir la fuerza de la categorización disminuirá también el conflicto intergrupal y los procesos asociados a él, como el prejuicio y la discriminación. En este sentido caben al menos tres posibilidades:

- La *descategorización*: consiste en procurar que los miembros del exogrupo sean percibidos, por los miembros del grupo mayoritario, como personas individuales y no como miembros de un grupo estigmatizado. De esta forma, el prejuicio se reduciría (Brewer y Miller, 1984). Desde la perspectiva de las teorías de la identidad social (Tajfel y Turner, 1985) y de la categorización del yo (Turner, 1990), equivaldría a pasar del polo intergrupal al polo interpersonal de la conducta social. Este desplazamiento, como han puesto de manifiesto en repetidas ocasiones las investigaciones realizadas desde ambas teorías, tiene importantes consecuencias cognitivas, afectivas y conductuales.
- La *categorización cruzada*: consiste en resaltar las categorías comunes de pertenencia que pueden tener los miembros de dos grupos enfrentados. De esta forma, al ser conscientes de que comparten al menos una categoría, la evaluación de las personas del exogrupo mejoraría porque en cierta medida son vistas también como parte del endogrupo (Hewstone, Rubin y Willis, 2002). Tanto esta estrategia como la descategorización han recibido apoyo empírico sobre todo en contextos de laboratorio, donde los grupos son creados de forma artificial. En contextos reales y sobre todo en situaciones de conflicto la modificación categorial resulta mucho más complicada.
- La *recategorización*: consiste en tratar de crear una nueva categorización que englobe conjuntamente a los miembros del exogrupo y del endogrupo. Esta estrategia, quizás la que mayor cantidad de investigación ha generado, será tratada con mayor detalle en el apartado siguiente. El lector interesado puede profundizar en las estrategias de reducción del prejuicio y modificación de los estereotipos en Gómez (2004).

El Modelo de la identidad endogrupal común

El *Modelo de la identidad endogrupal común* fue formulado por Gaertner y Dovidio a principios de los noventa. La hipótesis principal de este modelo es que “si se induce a miembros de grupos diferentes a imaginar que forman parte de un único grupo y no de grupos separados, las actitudes hacia los miembros del anterior exogrupo se harán más positivas debido a una serie de procesos cognitivos y motivacionales, entre los que se incluye la tendencia a favorecer a los miembros del propio grupo” (Gaertner y Dovidio, 2000, p. 46).

A partir de esta idea básica, los autores tratan de determinar de manera empírica a través de una potente línea de investigación:

- Las causas, antecedentes y condiciones que favorecen la creación de una identidad endogrupal común.
- Los efectos que tiene el compartir una identidad endogrupal común sobre las actitudes y comportamientos hacia los miembros del exogrupo.

El modelo de la identidad endogrupal común no se opone a la hipótesis del contacto. Por el contrario, a través de diversos estudios empíricos (Gaertner y Dovidio, 2000) se demuestra que las condiciones facilitadoras del contacto intergrupar positivo tienden a facilitar también la recategorización de las personas intervinientes como miembros del mismo grupo. En este sentido, la creación de una identidad grupal común sería una de las posibles explicaciones de la efectividad del contacto. Por otro lado, existe también evidencia de que cuando se consigue una identidad endogrupal común aumentan las conductas de ayuda y cooperación hacia los miembros del exogrupo que ahora ya no son considerados como tales, aplicándoseles por tanto los beneficios reservados a los miembros del propio grupo.

Es importante señalar también que el desarrollo de una identidad endogrupal común no supone necesariamente perder la identidad grupal original. En algunos contextos es posible mantener una *identidad dual*, a través de la cual se hacen salientes simultáneamente la identidad inicial y la supraordenada. Por ejemplo, un jugador de la selección nacional de fútbol no tiene por qué renunciar a su identidad como miembro de su equipo de procedencia. Al contrario, sus éxitos con la camiseta de la selección afectarían positivamente al prestigio de su equipo.



Se han formulado diversas críticas al modelo de la identidad endogrupal común (Hewstone, 1996). Por un lado, se señala que, si bien en los experimentos de laboratorio puede ser factible la creación de una identidad grupal supraordenada, en la vida real parece muy complicado conseguir que miembros de grupos con una larga historia de rivalidad acepten compartir una identidad endogrupal común (al menos de forma duradera). Si bien esta crítica es cierta, podría aplicarse también a cualquier solución que se intente para mejorar las relaciones intergrupales, y lo único que pone de manifiesto es que, ciertamente, la reducción del prejuicio cuando los grupos están enfrentados es muy complicada.

También se han expresado dudas acerca de la medida en que los resultados de la recategorización son generalizables. Es decir, si se consigue que los miembros de dos grupos enfrentados, por ejemplo palestinos e israelíes, adquieran una identidad endogrupal común para la realización de una determinada tarea, dicha identidad común y los efectos positivos que conlleva para la reducción del prejuicio ¿se mantendrán en otras situaciones? ¿Se generalizarán hacia los otros miembros del exogrupo? Hasta el momento no se ha podido responder de forma inequívoca a estas cuestiones.

Estrategias de reducción del prejuicio basadas en procesos afectivos: la toma de perspectiva y la empatía hacia los miembros de los grupos estigmatizados

Existen numerosas investigaciones que ponen de manifiesto la relación entre empatía y conducta de ayuda (véase el Capítulo 14). La empatía puede entenderse como una respuesta emocional orientada hacia otras personas que es congruente con el bienestar (o malestar) percibido de dichas personas. Así, ante alguien que sufre o padece un estado de necesidad, la mayoría de observadores experimenta una respuesta empática congruente con dicho estado (sentimientos de simpatía y compasión) así como un fuerte malestar por el sufrimiento de la víctima. Bien sea por los sentimientos de simpatía y compasión que suscita la persona o bien sea para reducir el malestar que suscita su sufrimiento (las teorías sobre altruismo no se ponen de acuerdo en este punto), la empatía lleva a las personas a implicarse en conductas de ayuda (véase, por ejemplo, Gaviria, 1999; Gómez, 2006).

Llevando esta idea al ámbito de las relaciones intergrupales, Batson y cols. (1997) formulan su *Modelo de las tres etapas de los efectos de la empatía sobre las actitudes*. Según este modelo:

- Adoptar la perspectiva de una persona necesitada que es miembro de un grupo estigmatizado (pongamos por caso, al imaginar cómo se siente dicha persona), hace que se incrementen los sentimientos de empatía hacia ella.
- Estos sentimientos de empatía generan preocupación por el bienestar de la persona en cuestión.
- Debido al convencimiento de que la pertenencia de la persona al grupo estigmatizado es un componente importante de sus apuros, la preocupación por la persona se generaliza al grupo y se refleja en una mejora de las actitudes globales hacia dicho grupo.

En el estudio realizado por los mencionados autores los participantes escuchaban una entrevista ficticia con una chica joven que se había enterado tres meses antes de que era seropositiva. La inducción de empatía se manipulaba a través de las instrucciones. En la condición de baja empatía se pedía a los participantes que “tuvieran un punto de vista objetivo acerca de la situación que se describía”. En la condición de alta empatía los participantes debían “imaginar los sentimientos que experimentaba la persona que estaba siendo entrevistada y cómo la noticia afectaba a su vida”. En general, los resultados indican, tanto en ese experimento como en otros utilizando diversos grupos estigmatizados (personas sin techo, un preso convicto de asesinato), que la empatía mejora las actitudes globales hacia dichos grupos. Esto sucede de igual manera cuando los participantes son hombres o mujeres, y con independencia de si la persona hacia la que se ha inducido empatía es responsable o no de su situación. En otro estudio más reciente, Batson, Chang, Orr y Rowland (2002), además de confirmar los resultados anteriores, encuentran que la inducción de empatía sirve también para promover acciones a favor del grupo al que pertenece la persona estigmatizada. En este caso, la inducción de empatía hacia una persona drogodependiente provocaba que los participantes asignaran más fondos a una supuesta petición de ayuda para la prevención de la drogadicción.

En estudios realizados en España siguiendo esta línea de investigación, Huici, Ruiz y Moreno (2001) encontraron que la inducción de empatía hacia un miembro típico del grupo de inmigrantes marroquíes producía una reducción de los estereotipos y sentimientos negativos y un aumento de los positivos, mejorando las intenciones de conducta hacia todo el colectivo de inmigrantes magrebíes.



En conjunto, los resultados de todos estos experimentos indican la importancia que puede jugar la empatía o la toma de perspectiva (ponerse en el lugar de la víctima) a la hora de reducir el prejuicio y mejorar las relaciones intergrupales.

23.5 Resumen

Se comienza este capítulo hablando del *estigma social*, que puede considerarse tanto efecto como causa del prejuicio. A continuación, se pasa revista a los tipos de estigma y a dos dimensiones, la visibilidad y la controlabilidad, que determinan tanto la forma en que es tratada la persona estigmatizada como la experiencia subjetiva que dicha persona vive. Asimismo se describen una serie de ideologías de justificación del estigma a través de las cuáles los miembros del grupo dominante tranquilizan su conciencia. Finalmente, se habla de dos posibles explicaciones del estigma. La primera, que es la más extendida, concibe el estigma como un proceso situacional específico de cada sociedad y momento histórico. La segunda, la perspectiva evolucionista del estigma, señala que serán estigmatizadas las personas cuyas características o acciones sean vistas como amenazantes para el funcionamiento del grupo.

A continuación, se analizan los efectos del prejuicio sobre las personas que lo sufren en los planos individual, grupal y societal. En el plano individual se revisan las consecuencias del prejuicio sobre la autoestima y el rendimiento de las personas estigmatizadas. Se explica el efecto de *amenaza del estereotipo*, que consiste en la comprobación de que los miembros del grupo estigmatizado empeoran su rendimiento en la ejecución de tareas relacionadas con el estereotipo negativo que padecen.

Para explicar los efectos y posibles formas de afrontar el prejuicio en el plano grupal se recurre a la Teoría de la identidad social y se comentan las tres posibles soluciones que, desde esta perspectiva, tienen las personas del grupo estigmatizado para intentar cambiar su identidad social negativa: la movilidad individual, la creatividad social y la competición social.

Entre las consecuencias del prejuicio en el plano societal se menciona la exclusión social, que ocasiona que los grupos estigmatizados queden fuera del alcance de la justicia y las preocupaciones morales de la población mayoritaria.

Finalmente, se abordan tres propuestas psicosociales para reducir el prejuicio: la hipótesis del contacto, el Modelo de la identidad endogrupal común y las estrategias basadas en la toma de perspectiva y la empatía hacia los miembros de los grupos estigmatizados.

La hipótesis del contacto sostiene que, cuando se cumplen ciertas condiciones, el contacto entre las personas de grupos diferentes sirve para reducir el prejuicio. Se describe el estado de dicha hipótesis a la luz de la investigación actual.

El Modelo de la identidad endogrupal común, basado en los procesos de categorización social, sostiene que una forma de reducir el prejuicio es inducir a personas de grupos diferentes a considerarse parte de un único grupo más grande que englobe a los grupos anteriores.

Por su parte, los modelos de reducción del prejuicio basados en la empatía sostienen que, si se consigue despertar la empatía hacia personas pertenecientes a grupos estigmatizados, dicha empatía se generalizará hacia todo el grupo disminuyendo el prejuicio y aumentando las conductas de ayuda.

Términos de glosario

Amenaza del estereotipo

Categorización cruzada

Descategorización

Estigma social

Exclusión social

Hipótesis del contacto

Recategorización

Lecturas y otros recursos recomendados

Gómez, A. (2003). Un ejemplo de estrategias para mejorar las relaciones entre grupos: la recategorización. Cómo hacer que diferentes grupos trabajen juntos en el mismo equipo. En J. F. Morales y C. Huici (Dirs.), *Estudios de Psicología Social* (pp. 145-170). Madrid: UNED.
Capítulo de libro en el que se describen diversas estrategias para mejorar las relaciones intergrupales. Analiza específicamente el Modelo de Identidad Endogrupal Común. Se proporciona asimismo un ejemplo de investigación empírica

Gómez, A. (2004). La reducción del conflicto y la mejora de las relaciones intergrupales. En C. Huici y J. F. Morales (Dirs.), *Psicología de grupos II. Métodos, técnicas y aplicaciones* (pp. 295-327). Madrid: UNED.
Capítulo de libro en el que se revisan diversas aportaciones psicosociales para la reducción del prejuicio. Entre ellas están la hipótesis del contacto, las estrategias basadas en los procesos de categorización y el aprendizaje cooperativo.

Molero, F., Navas, M. S. y Morales, J. F. (2001). Inmigración, prejuicio y exclusión social: reflexiones en torno a algunos datos de la realidad española. *Revista Internacional de Psicología y Terapia Psicológica*, 1, 11-32.
Artículo que analiza los aspectos psicosociales de la exclusión social centrándose, sobre todo, en su relación con la inmigración. Para ilustrar los contenidos se presentan datos de la realidad española en general.

Morales, J. F. (2003). El estudio de la exclusión social en la Psicología Social. En J. F. Morales y C. Huici (Dirs.), *Estudios de Psicología Social* (pp. 509-536). Madrid: UNED.
Capítulo de libro en el que se analiza la exclusión social, sus antecedentes y sus síntomas.

Quiles, M. N. y Leyens, J. P. (2003). El prejuicio desde el punto de vista de la víctima. En J. F. Morales y C. Huici (Dirs.), *Estudios de Psicología Social* (pp. 119-140). Madrid: UNED.
Capítulo de libro en el que se aborda el prejuicio desde la perspectiva de la víctima y se exponen algunas de sus consecuencias. Asimismo se describen dos estudios empíricos realizados en el contexto español

Comportamiento colectivo y movimientos sociales en la era global

Federico Javaloy Mazón, Esteve Espelt y Álvaro Rodríguez Carballeira

Objetivos

- Establecer la relación entre el comportamiento colectivo y la Psicología social.
- Distinguir entre las formas más simples de comportamiento colectivo y los movimientos sociales.
- Conocer las distintas teorías sobre el comportamiento colectivo y los movimientos sociales, distinguiendo los diferentes niveles de explicación que utiliza cada una de ellas.
- Analizar el comportamiento del individuo en el seno de la multitud, teniendo en cuenta los procesos psicosociales que le afectan.
- Comprender los aspectos psicosociales de los diversos tipos de masa que se presentan.
- Analizar cuándo tiene lugar la emergencia de un movimiento social y cómo ocurre la movilización de participantes.
- Estudiar cómo en la fase de madurez los movimientos se organizan y entran en relación con su contexto.
- Observar las consecuencias de los movimientos, en particular, por qué unos tienen éxito y otros fracasan.
- Analizar los procesos psicosociales que tiene lugar en el movimiento social: la construcción de la identidad social, la aparición de una ideología y de marcos de acción colectiva, y el desarrollo del compromiso de los miembros.

24.1 Una mirada psicosocial al comportamiento colectivo

Tanto el comportamiento colectivo, en general, como los movimientos sociales, en particular, representan hoy en día un dominio interdisciplinar que ha experimentado un reciente desarrollo. Entre las ciencias sociales que comparten su dedicación a este campo, destacan la Sociología, Psicología social, Historia y Antropología cultural, sin olvidar las contribuciones de la Psicología general.

Mientras que el centro de atención ha sido para la Sociología el conjunto de factores socioestructurales que influyen en el comportamiento colectivo y para la Psicología el foco de interés ha estado en las variables individuales, la atención del psicólogo social se ha dirigido a la relación entre ambos tipos de variables, en la observación del comportamiento colectivo y los movimientos sociales como ejemplos paradigmáticos de la interacción entre el individuo y la sociedad. Ello influyó en el hecho de que, entre todas las ciencias sociales, fuera la Psicología social la pionera en el estudio del comportamiento colectivo, hasta el punto de haber llegado a confundirse dicho estudio con el origen de la disciplina.

Así como la Psicología colectiva surgida en el siglo XIX fue un eco de su contexto histórico, en el siglo XXI, en la era global, el comportamiento colectivo y los movimientos sociales continúan siendo fieles testigos de las transformaciones sociales de nuestra época (véase el siguiente recuadro).

RECUADRO: Era global y movimientos sociales.

Vivimos en la era global. Desde finales del siglo XX, habitamos en un mundo más pequeño, en una aldea en la que los ciudadanos del planeta nos sentimos cada vez más cerca. Y ello ha sido posible gracias a un vertiginoso despliegue de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Es cierto que esto ha ocurrido sobre todo en los países desarrollados, pero también es patente que la marea globalizadora se va extendiendo por todo el mundo.

En esta sociedad global está cambiando todo: se está creando un mercado único global, unas instituciones políticas globales, una cultura global. Incluso está surgiendo un nuevo tipo de relaciones entre las personas que no conoce fronteras. La globalización está transformando nuestras vidas. Es la característica que mejor define la sociedad en la que vivimos, la que le imprime un rasgo más distintivo. Eso lleva a que la globalización tenga también lugar en el plano *psicosocial*. En ese marco global, el objeto de estudio de la Psicología social, entendido como interacción entre el individuo y la sociedad, ha experimentado un cambio. El individuo ha de resituarse en el nuevo contexto globalizado, con lo que cambia no sólo su visión de la realidad, sino también su imagen de los demás y de sí mismo. En el marco de referencia global, se modifica el significado de la experiencia humana, se redefine al otro y el individuo se autodefine cada vez más como ciudadano del mundo, tomando a la humanidad como nuevo marco de comparación social (de ahí que sea probable, por ejemplo, que las personas de países del Sur se sientan más pobres y las del Norte, más ricas).

En el marco planetario, los movimientos sociales más importantes —como el ecologista, el movimiento por la paz o el feminista— han ido universalizando tanto su discurso como sus organizaciones y sus estrategias de actuación, viendo facilitada esa coordinación por las nuevas tecnologías de la información. De esta forma han surgido una conciencia y una acción de carácter global cuya expresión evidente ha sido la irrupción de *movimientos sociales globales*.

Continúa

A cuya irrupción ha contribuido particularmente la naturaleza global que han ido adquiriendo muchos de los problemas que abordan los movimientos (como la paz mundial, la crisis ecológica o la brecha social Norte-Sur), y que exige asimismo soluciones y estrategias globales de actuación. Un ejemplo particularmente claro lo constituyen los problemas abordados por el movimiento ecologista. Hasta hace muy poco, el ser humano no tenía suficiente capacidad para producir un daño global en la biosfera y poner en peligro la supervivencia de la humanidad, por lo que problemas tales como el cambio climático, el efecto invernadero, el agujero de la capa de ozono o la contaminación nuclear, son realmente nuevos y es nueva también la amenaza global que representan.

Los nuevos movimientos sociales globales, en la medida en que defienden intereses que conciernen a todos, gozan de la simpatía de la mayor parte de la población mundial.

Fuente: Basado en los artículos: Javaloy, F. (2004). Globalización psicosocial y movimientos sociales globales. *Encuentros en Psicología Social*, 2 (1), 453-460 y Javaloy, F. (2003). Comportamiento colectivo y movimientos sociales: un reto para la psicología social. *Revista de Psicología Social*, 18, 163-206.

24.2 Psicología social y comportamiento colectivo: una necesidad mutua

Como la Psicología social y el comportamiento colectivo se necesitan mutuamente, intentaremos explicar a continuación el porqué de esa necesidad en una y otra dirección.

¿Por qué la Psicología social necesita al comportamiento colectivo?

El estudio del comportamiento colectivo tiene la capacidad de aportar un efecto transformador y saludable sobre la Psicología social, como ya apuntaron Milgram y Toch (1969). Estos autores distinguen cuatro niveles de influencia positiva del estudio del comportamiento colectivo sobre la Psicología social:

- Refuerza la orientación social de la Psicología social, frente a la de signo más individualista, que ha venido siendo claramente la predominante.
- Permite el estudio de situaciones y respuestas nuevas, frente a las situaciones y respuestas estándar más típicas de la Psicología social por ocuparse más del comportamiento ordinario y cotidiano. Los comportamientos interiorizados durante el proceso de socialización resultan inoperantes cuando la persona ha de responder a situaciones problemáticas —inhabituales o claramente nuevas— que dan lugar a episodios colectivos y que favorecen la emergencia de ciertas facetas de la personalidad inhibidas en la rutina diaria por la presión de las reglas sociales.
- Parte de un modelo *activo* de ser humano como agente de cambio social frente a un modelo *pasivo* o más bien estático al que suele atender la Psicología social. El comportamiento colectivo estudia el papel del ser humano como actor intencional del cambio histórico, como dotado de iniciativa y creatividad.
- Apuesta por una disciplina comprometida frente a una disciplina academicista, que está más cerca del laboratorio que de los problemas sociales. El estudio del comportamiento colectivo ofrece la oportunidad de abordar, en los amplios escenarios de la vida real, problemas habitualmente analizados en el laboratorio —como el conflicto, la agresión, el liderazgo o la conformidad grupal— que adquieren frecuentemente expresiones más radicales en contextos multitudinarios. Un estudio que merece ser realizado desde este enfoque de campo es el de la expansión del terror tras los atentados del 11-S, que mostramos en el recuadro siguiente.

RECUADRO: Terror global: 11-S.

Estamos ante la pantalla del televisor cuando vemos que una de las Torres Gemelas de Nueva York está ardiendo, nos dice el locutor que minutos antes un avión ha chocado contra ella. ¿Es una película de ficción? Nos asombramos todavía más cuando entendemos que son imágenes reales ¿Accidente o atentado? Al cabo de unos treinta minutos se disipan las dudas: un segundo avión impacta brutalmente contra la segunda Torre. El locutor, confuso, nos habla de un tercer avión contra el Pentágono...



Perplejos, incrédulos, volvemos a dudar, ¿no estaremos presenciando una repetición de la Guerra de los Mundos? La realidad finalmente se impone: estamos presenciando en vivo y en directo la “primera comunicación global violenta de la historia”, como ha dicho Habermas. Se trata de una acción magistralmente planificada y ejecutada, de un dramatismo indecible: gritos en las ventanas, cuerpos saltando al vacío, gente que corre.

Durante casi dos horas vemos la agonía de dos gigantes heridos de muerte que acaban por desplomarse. En ese momento tenemos la sensación de que junto a las Torres han caído muchas otras cosas. El *skyline* de Nueva York ha cambiado, y tenemos la sensación de que el perfil del mundo también ha dejado de ser el mismo y estamos entrando en una nueva época.

El múltiple ataque perpetrado por *Al-Qaeda*, con su atroz dosis de violencia teatralizada y espectacular, ejemplifica ferozmente las características de la violencia terrorista. Es una dramatización diseñada para tener un impacto sobre un público determinado. En otras palabras, la acción terrorista está diseñada para comunicar un *mensaje*, o varios. A sus enemigos les manda el mensaje de que la *yihad* continúa viva, de que no tolerarán la forma en que se está tratando a su gente, que pueden golpear en el lugar y el momento en que quieran. A sus (potenciales) seguidores les comunica que el enemigo es vulnerable (Jordán, 2004, p. 169) y que es el momento de movilizarse. Es lo que los anarquistas del siglo XIX denominaban *propaganda por la acción o por los hechos*. Su finalidad era atacar el símbolo de un poder que consideran injusto, haciéndolo de una forma espectacular que impresiona, promueve el debate e invita a la movilización. Al respecto son muy ilustrativas las palabras pronunciadas por Bin Laden en un vídeo encontrado en Afganistán en que comentaba los atentados del 11-S y enfatizaba sus efectos propagandísticos: “Esos jóvenes [los pilotos suicidas] (...) inaudible...) expresaron con obras en Nueva York y en Washington, un discurso que supera todos los demás discursos pronunciados en cualquier lugar del mundo. Un mensaje que fue comprendido por árabes y no árabes, incluso por los chinos (...). Algunos han dicho que en Holanda, en uno de los centros, el número de personas que han aceptado el Islam después de las operaciones fue mayor que el total de los últimos once años (...). Estos acontecimientos han hecho que la gente piense, y eso beneficia enormemente al Islam” (Jordán, 2004, p. 175).

Estas acciones espectaculares, típicas del terrorismo religioso, no buscan tanto lograr un fin estratégico como hacer una declaración simbólica. Es más una forma de *espectáculo público* que un elemento de una estrategia política. Son declaraciones simbólicas que buscan otorgar un cierto poder a comunidades que se sienten humilladas. Así, el desplome de las Torres Gemelas provocó una fuerte ilusión de poder a los seguidores y simpatizantes de *Al-Qaeda*. La finalidad del ataque es dar una lección gráfica y comprensible. Desde su punto de vista, son *lecciones morales* (“que sientan el mismo dolor que hemos sentido nosotros”). En suma, estos actos no buscan conseguir un objetivo tangible e inmediato, sino que son *actos dramáticos*, pensados cada vez más para un público televisivo, que pretenden impresionar al espectador con su fuerte significado simbólico. Así, la dimensión simbólica, espectacular, teatral, dramatúrgica del terrorismo es básica para entender su significado (Juergensmeyer, 2000, pp. 142, 251).

¿Por qué el comportamiento colectivo necesita a la Psicología social?

Si el objeto de estudio de la Psicología social es la conducta social, es decir, la interacción entre el individuo y la sociedad, resulta obvio que la investigación del comportamiento colectivo y de los movimientos sociales, que son formas significativas de esta interacción, caen de lleno en el campo de esa disciplina y podría parecer absurdo que los estudios de acción colectiva excluyeran el punto de vista psicosocial. Sin embargo, algo de esto ocurrió en el pasado.

Gran parte de los sociólogos estadounidenses rechazaron en los años 70 las explicaciones psicosociales de la conducta colectiva argumentando que distorsionaba gravemente la comprensión de dicha acción por considerarla falta de racionalidad o simplemente patológica. Se llegó a afirmar entonces que la perspectiva psicosocial de la conducta colectiva desvirtuaba el significado político de la protesta e impedía comprender sus raíces sociales. El exceso de tales afirmaciones se basaba en la errónea identificación de la perspectiva psicosocial con la posición irracionalista de Le Bon (1895), cuya influencia en la disciplina se hizo notar durante largo tiempo. Como reacción ante tal exceso se produjo luego un *giro psicosocial* en el estudio de la conducta colectiva (Snow y Oliver, 1995, p. 572). El análisis de las creencias compartidas por los participantes y del proceso a través del cual se han formado tales creencias en el grupo adquirieron una importancia decisiva. Se pudo “restablecer la conexión entre la Psicología social y el estudio del comportamiento colectivo”, con lo que la Psicología social “volvió a formar parte de la tendencia dominante” (Snow y Oliver, 1995, p. 73).

24.3 Concepto de comportamiento colectivo

Para poner el problema en la perspectiva adecuada, será necesario referirse primero a su vertiente conceptual.

En un amplio sentido, puede decirse que el campo del *comportamiento colectivo* comprende tanto formas más espontáneas, emocionales y efímeras como formas de comportamiento planeado, duradero y organizado que se encuentran en los movimientos sociales.

Concepto y tipos de comportamiento colectivo

La sección de comportamiento colectivo y movimientos sociales de la *American Sociological Association* definió en sus estatutos (1980) el *comportamiento colectivo* como formas sociales emergentes y extrainstitucionales de comportamiento. Esta definición la recogen explícitamente autores que siguen un enfoque psicosocial del comportamiento colectivo como Lofland (1981) y Turner y Killian (1987), y su valor es reconocido también por autores posteriores (Goode, 1992, p. 6; Marx y McAdam, 1994, p. 72).

- El término *emergente* hace referencia a “la conducta espontánea y a menudo sujeta a normas creadas por los propios participantes” (Michener y cols., 1986, p. 522). La espontaneidad se refiere a la acción “no planeada e improvisada” y a su carácter “informal” (Killian, 1984; Curtis y Aguirre, 1993, p. IX).
- El vocablo *extrainstitucional*, o *no institucional*, significa que las normas que se desarrollan no se derivan de las de la cultura establecida e incluso pueden ser opuestas a las de ésta, quedando poco definidos el estatus de los participantes y sus roles. Las normas desarrolladas emergen de la propia situación en que se produce el comportamiento colectivo.

Estas características de *emergente* y *extrainstitucional* condensan los dos rasgos básicos específicos del comportamiento colectivo y sobre ellos hay un consenso notable entre la mayoría de investigadores.

Blumer (1951) afirmó que “el comportamiento colectivo se interesa por estudiar las formas en que el orden social viene a la existencia, en el sentido de la emergencia y solidificación de nuevas formas de comportamiento colectivo” (1951, p. 69), y añadió que este comportamiento “surge espontáneamente y no es debido a interpretaciones preestablecidas o tradiciones” (1951, p. 68).

Turner y Killian (1987) definen el comportamiento colectivo como “aquellas formas del comportamiento social en las que las convenciones habituales dejan de guiar la acción social y las personas trascienden colectivamente, pasan por alto o subvierten las pautas y estructuras institucionales establecidas” (1987, p. 3), y añaden que “el comportamiento colectivo tiene lugar bajo el dominio de las normas emergentes” (1987, p. 7).

El comportamiento colectivo se ha caracterizado también con otros rasgos que podríamos considerar secundarios, como los de *cambiante* y *emocional* (Curtis y Aguirre, 1993, p. IX; Snow y Oliver, 1995, p. 571), así como el de ser desarrollado por un *amplio número de personas* (Lofland, 1981, p. 413; Milgram y Toch, 1969, p. 507). Para comprender mejor estos rasgos, es útil referirse a que suelen surgir en cierto tipo de circunstancias que los propician, se trata de situaciones que algunos autores han denominado como *problemáticas*, *críticas* o de *tensión* (Cantril, 1941; Lang y Lang, 1961; Snow y Oliver, 1995, p. 571; Marx y McAdam, 1994, p. 4).

Tipos de comportamiento colectivo

Para establecer una tipología del comportamiento colectivo nos basaremos en la propuesta ya clásica realizada por Lofland (1981, 1985). La tipología parte del concepto de *colectividad*, o grupo en el que se produce el comportamiento colectivo, y de los dos tipos en que ésta se presenta: *congregada* y *dispersa*. Utilizamos el término *multitud* como sinónimo de colectividad congregada, mientras que el término *masa* lo empleamos como equivalente de colectividad dispersa (Lofland, 1981). La multitud y la masa constituyen los escenarios sociales donde se desarrollan las *formas elementales* de comportamiento colectivo (Lofland, 1981). Por su parte, el *movimiento social* constituye una forma compleja de comportamiento colectivo a la que nos referiremos luego. Estos son los tres conceptos básicos: colectividad, multitud y masa.

- *Colectividad*: se refiere a un grupo relativamente desorganizado en el que no existen procedimientos formales, o previamente definidos, para seleccionar e identificar a sus miembros, para definir los objetivos, para escoger los líderes y para tomar decisiones (Turner y Killian, 1987, pp. 3-4). La colectividad está orientada hacia un objeto de atención y posee alguna creencia u objetivo compartido, pero su acción no está dirigida por normas formalizadas que prescribe la cultura, sino que más bien se halla guiada por normas emergentes.
- *Multitud*: es una colectividad cuyos miembros “se hallan en presencia mutua, inmediata y cara a cara” (Lofland, 1981, p. 416). El hecho de que los miembros de la multitud se encuentren juntos implica algún objeto de atención o propósito común, como puede ser el presenciar una disputa o expresar una protesta delante de un edificio público.
- *Masa*: es una colectividad de personas que “atienden a un objeto común, pero que no se encuentran mutuamente en proximidad física e inmediata” (Lofland, 1981, p. 416). Ejemplos de comportamientos de colectividades dispersas podemos hallarlos en ciertas modas pasajeras generalmente fomentadas por los medios de comunicación o en ciertas obsesiones colectivas como en algún momento sucedió con el supuesto avistamiento de OVNIS.

Tipos de comportamiento colectivo según su emoción predominante

El criterio de la *emoción dominante* resulta útil y adecuado para distinguir tipos de comportamiento colectivo tanto en multitudes como en masas, tal como propuso Lofland. Este autor llamó *emoción dominante* al “sentimiento públicamente expresado que participantes y

observadores perciben como más prominente en un episodio de comportamiento colectivo” (1981, p. 414), y distingue tres emociones dominantes: *hostilidad*, *miedo* o *gozo*. Cabe añadir que el comportamiento colectivo puede estar dominado también por otras emociones, entre las que puede destacarse la *tristeza*, por ejemplo, tras la muerte de un líder carismático (Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001). Se muestra una síntesis en el Cuadro 24.1.

Cuadro 24.1: Tipos elementales de comportamiento colectivo.

	Emoción dominante	Ejemplos
Multitud	Hostilidad Miedo Gozo Tristeza	Revuelta racial. Linchamiento Estampida en estadio o en concierto de rock Celebración de victoria deportiva Entierro de un personaje popular
Masa	Hostilidad Miedo Gozo Tristeza	Persecución de grupos. Caza de brujas Ilusiones colectivas producidas por rumores falsos <i>Fads</i> , modas y furores colectivos Decepción tras derrota militar

Fuente: adaptado de Lofland (1981), por Javaloy, Rodríguez y Espelt (2001).

Una visión radical del comportamiento colectivo que ha ejercido una poderosa influencia es la que se muestra en el recuadro siguiente.

RECUADRO: Le Bon y Hitler.

A lo largo de la historia encontramos a numerosos pensadores que manifiestan un ostensible desprecio hacia las masas, a las que atribuyen toda suerte de defectos y barbaridades. La masa puede ser tanto un rebaño de ovejas como una manada de lobos (Platón), una bestia sin nombre (Tarde) o un animal salvaje (Taine, Sighele), que actúa como un incendio que no se puede controlar, destruyendo cuanto encuentra a su paso para finalmente destruirse a sí misma (Carlyle). Pero, sin duda, el autor más representativo de esta visión negativa de la muchedumbre fue Gustave Le Bon y su *Psicología de las masas* (1895), uno de los libros de Psicología más leídos durante la primera mitad del siglo XX.



Gustave Le Bon
(1841-1931)

El individuo al formar parte de una masa, señala Le Bon, se transforma radicalmente, se disuelve en ella, sus características personales son absorbidas por la masa que lo convierte en un ser anónimo que deja de comportarse racionalmente y pasa a ser guiado por los impulsos inconscientes que la masa despierta en él. En suma, “por el mero hecho de formar parte de una masa, el hombre desciende varios peldaños en la escala de la civilización. Aislado era quizá un individuo cultivado, en la masa es un instintivo y, en consecuencia, un bárbaro” (pp. 32-33). Prosigue nuestro autor, “varios de sus rasgos especiales, como la impulsividad, irritabilidad, incapacidad de razonar, ausencia de juicio y de espíritu crítico, exageración de los sentimientos, etc., pueden observarse también en seres pertenecientes a formas inferiores de evolución, como son el salvaje y el niño” (p. 35). Además, “las masas son siempre femeninas, pero las más femeninas de todas son las masas latinas” (p. 37).

Continúa

De la obra de Le Bon se desprenden, y de hecho dedica un capítulo a ello, los medios de persuasión que los conductores de masas deben utilizar para ser persuasivos. Por ejemplo, señala que “las masas no tienen jamás sed de verdades. Ante las evidencias que las desagradan, se apartan, prefiriendo divinizar al error, si el error las seduce. Quien sabe ilusionarlas se convierte fácilmente en su amo; el que intenta desilusionarlas es siempre su víctima” (p. 85) porque “la intensidad de la fe [de los conductores de masas] confiere a sus palabras un gran poder sugestivo. La multitud escucha siempre al hombre dotado de una fuerte voluntad. Ya que los individuos reunidos en masa pierden toda voluntad, se tornan instintivamente hacia aquel que la posee. (...) Crear fe, ya se trate de fe religiosa, política o social, de fe en una obra, en una persona, en una idea: he aquí el papel, sobre todo, de los grandes conductores de masas” (p. 90).

Estas ideas sobre la masa y los consejos sobre como “conducirlas” influyó a personajes como Mussolini, Goebbels y Hitler. Por ello, Moscovici (1981) denomina a Le Bon el *Maquiavelo de la sociedad de masas*. Aunque no está claro que Hitler leyera de primera mano a Le Bon, parece que aprendió sus enseñanzas y las descripciones que hace de la masa en sus discursos son claramente *lebonianas*: “la masa general es femenina, unilateral en su actitud; no conoce más que el duro *esto o aquello*, también señala Hitler que “las grandes masas son ciegas y estúpidas y no saben lo que hacen” (en Kershaw, 1998, p. 292). También parece que aprendió las ideas que Freud considerara claves en Le Bon: la inhibición de la función intelectual y la intensificación de la afectividad en la masa. Así, en *Mi Lucha* (p. 164), dice “su efecto debe estar en su mayor parte dirigido a las emociones y sólo en grado muy limitado al llamado intelecto (...). El arte de la propaganda reside en comprender las ideas emocionales de las grandes masas y en encontrar, a través de la forma psicológicamente correcta, el camino a la atención y de allí al corazón de esas masas”.

Concepto y tipos de movimiento social

Es importante completar el contenido del apartado anterior con la descripción del concepto y tipos de movimiento social.

Una definición de movimiento social

Un *movimiento social* puede definirse como “una colectividad que actúa con cierta continuidad para promover o resistir un cambio en la sociedad o grupo de la que forma parte” (Turner y Killian, 1987, p. 223). En esta definición se hallan tres elementos distintivos del movimiento social:

- Es una *colectividad*, es decir, un grupo relativamente desorganizado en el que existe interacción, en gran parte informal, y sentido de unidad, que posibilita una acción común o colectiva, no institucional (Turner y Killian, 1987, pp. 3-4).
- Actúa con *continuidad*, es decir, no limita su actividad a algún episodio concreto, sino que desarrolla una historia; ello implica cierto grado de organización, estrategia, compromiso, y similares, a la vez que posibilita una continuidad de la identidad grupal, aunque cambien los componentes del movimiento (Turner y Killian, 1987, p. 224), y permite el desarrollo de unas creencias y valores compartidos, de una ideología.
- Tiene como objetivo el *cambio social*, o bien la resistencia a él, no sirve por tanto a intereses exclusivamente personales; aun en el caso de que el movimiento social tenga un carácter religioso de autotransformación, existe un objetivo más amplio de transformación de la sociedad (Turner y Killian, 1987, p. 225). El cambio puede buscarse en el grupo o en la sociedad, pero también, en el orden mundial.

Algunos autores complementan la caracterización de los movimientos sociales afirmando que son *redes* de grupos e individuos (Diani, 1992; Melucci, 1985), que forman una *identidad colectiva* (Diani, 1992; Melucci, 1985; Raschke, 1985), que poseen cierta *organización* (McAdam y Snow, 1997; Raschke, 1985), que desarrollan una *acción extrainstitucional* (McAdam y Snow, 1997) y que surgen del *conflicto* con sus oponentes (Tarrow, 1994; Melucci, 1989; Touraine, 1981).

El movimiento social: resultado de un conflicto

El movimiento social es expresión de un conflicto con el orden establecido, un desafío que se traduce en una lucha por conseguir cambios en dicho orden. Desde la perspectiva del conflicto se ha señalado que los movimientos sociales emergen de una lucha por los recursos sociales entre los grupos excluidos políticamente y los que dominan el contexto político.

Más en concreto, Touraine (1978) precisa que todo movimiento se construye en función de tres principios:

- *Principio de identidad*, que se refiere a los que se autodefinen como participantes en un movimiento.
- *Principio de oposición*, que especifica quién es el principal adversario contra el que lucha el movimiento.
- *Principio de totalidad*, que se refiere a la visión del mundo u objetivo que trata de imponer.

Castells (1997, p. 93), para clarificar la propuesta de Touraine, señala que un movimiento se basa en tres principios o elementos: *identidad, adversario y objetivo*.

Tipos de movimientos sociales

En lo que se refiere a la clasificación de los movimientos sociales, el criterio más significativo, y también el más tradicionalmente empleado, es el de atender al cambio propuesto por el movimiento (Smelser, 1962; Blumer, 1969), en tanto que es su objetivo fundamental.

Para ofrecer una clasificación de los movimientos sociales seguiremos a Aberle (1966), quien distingue dos tipos de dimensiones: el *grado de cambio* buscado, parcial o total, y el *tipo de cambio*, según que afecte al individuo o a la estructura social. De esta forma, aparecen cuatro tipos de movimiento social:

- Los movimientos *alternativos* pretenden afrontar ciertas limitaciones o déficits del individuo, como la baja autoestima, el estrés, el aislamiento o la insatisfacción en general, así como corregir ciertos hábitos nocivos como el abuso de alcohol o drogas.
- Los movimientos *salvadores* (que Aberle denomina *redentores*), pretenden un cambio profundo y total del individuo que se inicia con la *conversión* al movimiento y se prolonga en una fuerte dependencia de él, a costa de su autonomía personal.
- Los movimientos *reformadores* se proponen una serie de reformas específicas en el orden social vigente, como el movimiento pacifista, el ecologista, el de derechos humanos o el feminista.
- Los movimientos *revolucionarios* (o *transformadores*, como dice Aberle) intentan un cambio radical que dé paso a un orden diferente, como hizo la Revolución francesa.

Una de las limitaciones de esta clasificación es que no hace referencia a los movimientos que no promueven el cambio social, sino que se resisten a él, como los de tipo *reaccionario* o *conservador*, que tratan de preservar ciertos valores tradicionales o la propia cultura original (por ejemplo, los movimientos fundamentalistas) (Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001).

24.4 Teorías psicosociales del comportamiento colectivo y de los movimientos sociales

Dentro de la pluralidad de teorías que tratan de explicar los fenómenos colectivos y los movimientos sociales destacaremos algunas clásicas, pero todavía influyentes (como las de la privación relativa y de la norma emergente) y otras de carácter más reciente, centrando nuestra atención en las de contenido más netamente psicosocial.

Teorías cognitivas

Nos referiremos fundamentalmente a dos de ellas, la Teoría de la privación relativa y la Teoría de la identidad social.

Teoría de la privación relativa

Las teorías de la privación relativa intentan explicar las causas del sentimiento de descontento o insatisfacción, que eventualmente puede conducir a la acción colectiva. Una primera formulación la encontramos en Hyman (1942) al que siguieron las observaciones de Stouffer y cols. (1949) y Merton y Kitt (1950). Esta formulación inicial de privación relativa o comparativa, sostiene que las personas evalúan lo que tienen (es decir, sus propios logros) en relación con sus grupos de referencia, que son el patrón con el que comparan lo que creen que, en justicia, deben tener. Si obtienen menos de lo que esperan, lo consideran injusto y cunde entre ellos el descontento.

La privación relativa experimentada en la comparación con grupos de referencia es, según algunos autores (por ejemplo, Kriesberg, 1973, pp. 93 y ss.), una forma de desequilibrio de estatus, es decir, de inconsistencia entre las posiciones ocupadas por una persona. Por ejemplo, en el caso de muchas mujeres, el hecho de poseer un nivel cultural y profesional alto, pero un bajo nivel de reconocimiento social, ha podido generar en ellas un sentimiento de privación favorecedor de la protesta feminista. La incongruencia produce sentimientos de privación, incomodidad e injusticia, al compararse la persona con grupos que ocupan posiciones sociales más consistentes (Lanski, 1954).

Una importante aportación fue la de Runciman (1966), que distinguió entre privación relativa *egoísta*, o *personal* (discrepancia percibida entre las expectativas y logros personales) y privación relativa *fraternal*, o *colectiva* (discrepancia percibida entre los logros del endogrupo y exogrupo), con lo que enfatizaba la diferencia entre hacer comparaciones intra o interindividuales y hacer comparaciones intergrupales (con un grupo de referencia). Hay diferentes consecuencias para la conducta de ambos tipos de privación, ya que la privación relativa personal va asociada a respuestas individuales, mientras que la otra va asociada a respuestas colectivas (Walker y Pettigrew, 1984).

Se han relacionado estas diferencias con las atribuciones de causalidad y se ha señalado que, cuando la privación relativa es colectiva, es más probable que se hagan atribuciones externas —es decir, a la injusticia del sistema— en lugar de atribuirse la frustración a deficiencias individuales (Appelgry y Niewoudt, 1988). Ello confirma el estudio citado de Ferree y Miller (1985) sobre la importancia de este tipo de atribuciones en los grupos cohesivos. La relación entre privación relativa fraternal, percepción de la injusticia y protesta ha sido corroborada por diversos estudios (Walker y Pettigrew, 1984; Klandermans, 1997).

Una segunda formulación de la Teoría de la privación relativa se ha referido a los cambios en las expectativas y logros que propician la aparición de incidentes violentos (Davies, 1969; Gurr, 1970).

Teoría de la identidad social

Tajfel propuso una *Teoría de las relaciones intergrupales* a partir de unos estudios sobre la naturaleza de la conducta grupal que pusieron de manifiesto que los individuos cambian su forma ordinaria de actuar cuando se sienten miembros de un grupo (Tajfel y cols., 1971). Sus experimentos demostraron que basta la mera asignación de un individuo a un grupo o categoría social, para que surja un tipo de comportamiento nuevo, no impulsado por motivos personales, sino por el deseo de favorecer los intereses del grupo del que se siente miembro.

Tajfel (1981) aplicó su teoría a las minorías que se organizan en forma de movimiento social. Este autor considera que todo miembro de una minoría tiene una identidad social, es decir, un conocimiento de que pertenece a ciertos grupos junto con un significado emocional y valorativo que asocia a dicha pertenencia. Ahora bien, todo individuo y todo grupo buscan una identidad positiva, es decir, una forma de lograr y conservar la estima propia, una manera de afirmar una imagen tan favorable como sea posible. ¿Y cómo es esto posible en el miembro de la minoría dado que es despreciado precisamente por pertenecer a ella? Tajfel responde a la cuestión señalando que la minoría despreciada puede encerrarse en sí misma creando una minicultura en el seno de la cual tiene un sitio digno y no es despreciado..., o bien puede pasar a la acción creando un movimiento social (1981, pp. 370 y ss.).

En el movimiento social tiene el miembro de la minoría la oportunidad de recuperar su propia identidad positiva al menos de dos formas: una es por medio de la reinterpretación y exigencia de una revalorización de las características del grupo que llevan una connotación favorable (“lo negro es bello” era el eslogan del movimiento negro de los años 60) y otra es a través de la revitalización y exigencia de reconocimiento de los propios signos de identidad social (Tajfel, 1981, pp. 379), es decir, la lengua de la minoría étnica (como ha ocurrido en Bélgica, Israel, Quebec, el País Vasco o Cataluña), su folklore, su gastronomía, y otros aspectos similares.

Reicher (1987, 1996) ha aplicado la Teoría de la identidad social del grupo, o Teoría de categorización del yo (Turner, 1987) al comportamiento de la multitud. Esta formulación teórica es una generalización de la Teoría de la identidad social de la conducta intergrupar iniciada por Tajfel. Uno de las aportaciones más interesantes de esta teoría al comportamiento colectivo consiste en considerar a la multitud como una forma de grupo social, es decir un conjunto de personas que “adoptan una identificación social común” (Reich, 1984, p. 179) y comparten una misma identidad social. Al ubicar el área del comportamiento colectivo en el amplio marco de la Teoría del grupo, aquella queda rescatada de su aislamiento y se abre un camino para el desarrollo de una teoría del comportamiento colectivo basada en su significación grupal. Ahora bien, la multitud es una forma particular de grupo ya que, como nota Reicher (1987, p. 249), carece de estructura, de normas preestablecidas para la acción y de medios institucionalizados de deliberación. Ello hace necesario que una multitud, para poder emprender un comportamiento colectivo, ha de construir una *identidad situacional* apropiada, o de acuerdo con el grupo social al que pertenecen los participantes, que proporcione una guía para la acción (Reicher, 1984, p. 190).

Pero la construcción de la identidad situacional no se produce en un vacío, ya que la identidad construida no es completamente nueva, sino que resulta de determinar el significado que una categoría o grupo social determinado con una continuidad histórica e ideológica (por ejemplo, unos obreros socialistas) otorga a una situación concreta (por ejemplo, una manifestación). Aunque al inicio de algunas acciones colectivas el grupo que actúa puede hallarse dividido, el hecho de emprender una acción conjunta contra los oponentes tendrá un efecto unificador, lo que desembocará con mucha probabilidad en la construcción de una identidad social común (Reicher, 1996).

Está claro, en este análisis de Reicher (1987, pp. 250-251), que los miembros de la multitud, lejos de perder su identidad (como dijo Le Bon, 1895) actúan en función de una identidad social común que resulta notablemente saliente.

Teoría de la norma emergente (Turner y Killian)

Turner y Killian sostienen que su perspectiva se opone al planteamiento positivista que, al contemplar la realidad desde un enfoque exclusivamente *objetivista*, concluye que el cambio

social y el comportamiento colectivo son simples efectos de determinantes estructurales objetivos (1987, pp. 17-18). La visión de estos autores, por el contrario, se alinea con el principio de *la construcción social de la realidad* (Berger y Luckmann, 1967). Proponen que la realidad, tal como la percibimos, es una construcción o definición que realizamos a través de la interacción social. Se trata, pues, de una realidad socialmente compartida.

La *Teoría de la norma emergente* de Turner y Killian (1987) está basada en la tradición psicosocial sobre experimentación grupal. Adopta como fuente de inspiración la ya mencionada teoría de Sherif (1936) sobre el surgimiento de normas en grupos que se hallan en una situación no estructurada. Una vez aparecida la norma, los autores explican su difusión en el grupo a través de la presión a la conformidad, como quedó establecido en los experimentos de Asch (1951).

La teoría de Turner y Killian (1987, pp. 10 y ss.), bajo la influencia de Blumer, admite que el comportamiento colectivo se produce en circunstancias en que existe una experiencia de tensión o inquietud y que la situación es ambigua respecto al origen de dicha tensión. Consecuentemente, los individuos carecen entonces de normas que les permitan actuar coherentemente, por lo que buscan indicadores que les marquen la conducta apropiada. En esas circunstancias, la conducta de unos pocos miembros significativos se convertirá en una norma emergente, es decir, que surgirá espontáneamente de la situación. Tras la formulación de la norma, los participantes la sancionan, es decir, la reconocen como correcta y legítima, con objeto de que otros la adopten e inhiban los comportamientos opuestos a ella, estableciéndose una presión hacia la conformidad que implica reacciones negativas —por ejemplo, desaprobación manifiesta— contra los discrepantes.



Un hecho narrado por Serge Chakotin puede ilustrar la forma en que aparece espontáneamente una norma en una multitud. “En París —escribe este autor— fuimos testigos de una terrible situación: las proximidades del Velódromo de Invierno se encontraban completamente abarrotadas con motivo de una importante carrera. Había dos entradas estrechas y no se veía a ningún policía. La multitud se abalanzó hacia las entradas y la presión parecía amenazar con sofocar a muchas víctimas. Pero de repente algunos miembros de la multitud comenzaron a gritar rítmicamente: *¡No empujen! ¡no empujen!* y el grito fue adoptado y coreado por toda la multitud. El resultado fue maravilloso: el orden quedó restaurado; la presión se redujo; se difundió una inhibición colectiva a través de las mentes de todo el gentío” (1941, pp. 43-44).

Teoría de la motivación a participar

Klandermans, para construir su *Teoría de la motivación a participar*, parte de la Teoría del valor esperado de Feather (1982) y la aplica a la esfera de la acción colectiva. La perspectiva de Feather “intenta relacionar la acción con el atractivo o aversión percibidos respecto a las consecuencias esperadas” (Feather, 1982, p. 1). Los dos elementos clave de su teoría son los resultados esperados (*expectativas*) y el valor de esos resultados. Se supone que, incluso en los casos en que el valor de un resultado es muy alto, éste conseguirá motivar a las personas,

si estas no creen que sea capaz o eficaz para producir el resultado esperado. La motivación se define como la suma de los diferentes valores esperados.

En su *Teoría de la motivación a participar*, Klandermans (1984, p. 585) sitúa como problema central el hecho de que “las personas tienen que decidir su participación en un momento en que no saben si los otros participarán”. Pero, aunque ignoren tal cosa, sí tienen *expectativas* acerca de la conducta de los otros, las cuales les permiten evaluar la probabilidad de éxito y su propia contribución a ello. Las *expectativas de éxito*, es decir, de que el objetivo (un bien colectivo) sea alcanzado, se concreta, según el autor, de esta forma:

- Expectativas acerca del número de participantes.
- Expectativas acerca de la propia contribución a la probabilidad de éxito.
- Expectativas acerca de la probabilidad de éxito si muchos participan.

La Teoría de la motivación a participar considera que la participación se producirá si concurren dos tipos de incentivos:

- Los de carácter *colectivo*. redundan en beneficio de todos. Dentro de ellos se incluyen tanto el valor del *objetivo perseguido por la acción* (por ejemplo, la calidad ambiental o la paz) como las *expectativas de éxito*.
- Los *incentivos selectivos*: afectan únicamente a los que participan y su papel es particularmente decisivo. Se dividen en dos tipos: *sociales*, que se refieren a la reacción de las personas más significativas para uno (esposos, amigos, colegas) ante la participación o no participación, y *no sociales*, relativos a los beneficios y costes obtenidos, tales como consecuencias para mi trabajo, dinero y tiempo gastados o probabilidad de correr peligro físico.

Perspectiva del conflicto y contexto político

Según Marx, la fuerza básica que mueve la sociedad y la historia es el enfrentamiento de intereses, y, por ello, el conflicto es la clave para entender los cambios sociales. El conflicto se traduce en una lucha por los recursos económicos, una pugna en la que los propietarios de los medios de producción tratan de explotar a la clase trabajadora e imponerle su forma de pensar (ideología dominante) que justifique su posición de superioridad.

Teoría de la acción colectiva

La Teoría del conflicto fue aplicada a la acción colectiva por Tilly (1978). El problema que este autor se plantea es el siguiente: dado que en todas las sociedades hay conflictos y, por tanto, injusticias y desigualdades (supuesto general de la teoría), ¿por qué sólo en algunos casos, la confrontación de intereses genera una acción colectiva? El autor, en su respuesta, señala cuatro factores o condiciones clave que sintetizan diversas teorías: el primero procede directamente de la teoría marxista, los dos siguientes los toma de la Teoría de movilización de recursos y el último se lo proporciona la Teoría del proceso político. En consecuencia, para que llegue a producirse una acción colectiva amplia y exitosa deben darse estas condiciones:

- *Intereses comunes*. ante todo, la acción colectiva requiere que existan algunas personas que comparten intereses comunes y que se agrupan porque creen que así podrán defenderlos mejor en la confrontación con los que mantienen intereses opuestos. Se percibe, por tanto, que la unión solidaria puede permitir la obtención de ciertas ganancias o evitar pérdidas que, por separado, sería imposible conseguir.

- *Organización*: pero el grupo con intereses comunes no está capacitado para actuar sin un mínimo de consistencia organizativa que le dé continuidad. Se requiere pues, liderazgo, redes de comunicación entre los miembros, reparto de las tareas a realizar. El grupo se puede apoyar en alguna organización ya existente (por ejemplo, un sindicato o una iglesia) o crear una organización nueva.
- *Movilización de recursos*: un grupo organizado debe también poseer los recursos suficientes para justificar la decisión de emprender una acción. Sin bienes materiales, sin el apoyo de grupos sociales o políticos, sin acceso a los medios de comunicación, sin armas (en el caso de un grupo revolucionario), carecerá de los medios que el fin requiere.
- *Oportunidad política*: un gobierno tolerante o con bajo grado de represión puede brindar una buena oportunidad para la acción, mientras que en otros contextos, por ejemplo, en una dictadura, la acción colectiva puede resultar prácticamente inviable. Ciertos sucesos fortuitos, como una crisis de gobierno, pueden facilitar la oportunidad.

Teoría del proceso político

La Teoría del proceso político (McAdam, 1984; Gamson, 1990), considerada como una extensión de la Teoría de la movilización, profundiza en el factor de oportunidad. En tiempos de inestabilidad política, se produce la oportunidad de que los que tienen intereses opuestos al poder establecido puedan desafiarlo. Así, en los años 80, la apertura y las reformas introducidas por Gorbachov brindaron a los países de Europa del Este la oportunidad de manifestar sus discrepancias con el sistema comunista, con lo que propiciaron su caída.

El enfoque de los nuevos movimientos sociales

El enfoque, al mismo tiempo que conecta con la tradición humanista de la Ilustración, heredada por la Nueva Izquierda, y muestra su sensibilidad hacia temas igualmente humanistas abordados por los teóricos de la sociedad de masas, se esfuerza en destacar, en la línea de la Teoría del conflicto, que factores estructurales tales como el acceso masivo a la educación superior, el surgimiento de nuevas clases medias integradas por profesionales y la implantación de la mujer en el mercado de trabajo han creado nuevas formas de conflicto (entre los individuos y la sociedad) que no caen dentro de lo previsto por el enfoque economicista de Marx. Para la nueva perspectiva, los movimientos aparecidos en la sociedad posindustrial se centran en cambiar los códigos culturales e identidades en lugar de tratar de modificar el poder político o la distribución de recursos económicos (Johnston, Laraña y Gusfield, 1994; Melucci, 1996).

El enfoque de Inglehart (1991; 1998) es más personalista en el sentido de resaltar que los nuevos movimientos constituyen un alegato en defensa de nuevos valores, que llama *posmaterialistas*, por considerarlos sucesores de los actualmente dominantes. En opinión de este autor, en las sociedades industriales avanzadas se han creado ciertas condiciones sociales (satisfacción de las necesidades básicas, ausencia de una guerra “total”, educación superior accesible) que han ido desplazando el interés de los individuos por valores materialistas a otros de tipo personal y social, como la comunidad, la autoestima y la autorrealización. Se ha formado así una población culta, informada y políticamente capaz donde han surgido grupos que se enfrentan al sistema en nombre de los nuevos valores. Son los nuevos movimientos sociales.

Desde nuestro punto de vista, las limitaciones teóricas derivadas de la adopción de modelos reduccionistas de ser humano podrían superarse con la adopción de un modelo de ser humano *integral* y auténticamente *humanista* que tenga en cuenta tanto la dimensión instrumental

racional del ser humano, es decir, su beneficio o intereses, como su dimensión expresiva (emocional, simbólica, identidad), un modelo que atienda tanto a la vertiente individual de la persona como a su dimensión interpersonal y sociopolítica. Creemos, afortunadamente, que en los teóricos actuales hay una convergencia progresiva en esta dirección.

24.5 Influencia de la multitud sobre el individuo

La tradición de estudio del comportamiento de las personas en la multitud ha tendido a considerar que la influencia fluye desde la multitud hacia las personas que la componen. Esto queda patente en las diversas secciones de este apartado.

Procesos psicosociales en la multitud

Por sus características, una multitud congregada puede llevar a “una situación singular donde el ambiente físico casi ha desaparecido para transformarse en paisaje humano, en puro ambiente social”: el individuo se siente inmerso en un mar de cabezas, en un escenario *envolvente* que puede llegar a absorber su atención y estimular sus emociones, con lo que se hace más influenciable, es decir, más susceptible a los procesos de influencia social.



Al intentar identificar algunos de los procesos más significativos de influencia social que operan en la multitud, tomaremos como referencia las observaciones de Marx y MacAdam (1994), que han distinguido estos siete procesos: *sentido de legitimidad, ilusión de unanimidad, anonimato, solidaridad y poder, difusión de responsabilidad, facilitación social e inmediatez*. Hemos creído conveniente, en atención a los estudios psicosociales sobre la influencia social en grupo y a los estudios de conducta colectiva, mencionar un proceso más: el de *normalización*. En cualquier caso, la aportación de dichos estudios sobre influencia grupal es probablemente la más importante contribución de la Psicología social al estudio del comportamiento colectivo (Javaloy, 2003b).

A continuación analizamos brevemente estos ocho procesos a que nos referimos.

Sentido de legitimidad

Formar parte de un gran número de personas confiere a la multitud, desde el punto de vista del participante, una imagen de legitimidad, una creencia en que las personas que componen esa colectividad están asistidas por la razón y defienden una causa justa. El individuo, para definir la situación, parte del convencimiento de que lo que dicen o hacen los demás es correcto y aceptable, por lo que debe ser secundado.

Ilusión de unanimidad

Un concepto precedente del que nos ocupa es el de *impresión de universalidad*, propuesto por F. Allport (1924), y que se aplica a una multitud suficientemente numerosa en la que el participante llega a convencerse de que “todo el mundo” piensa como él y de que son

tantos los que se han congregado que “no pueden” estar equivocados, con lo que aumenta su sentimiento de confianza y unión con el grupo. La ilusión de universalidad puede ser considerada una forma de pensamiento egocéntrico que la Psicología social cognitiva ha denominado *efecto de falso consenso* (Muller y cols., 1985).

El concepto de *ilusión de unanimidad*, propuesto por Turner y Killian (1987), resulta más acorde con la investigación. Consiste en la percepción errónea de que todos los participantes están de acuerdo con lo que en la situación de multitud se hace o dice, de que allí existe una “mente similar”.

Solidaridad y poder

Puesto que la multitud es un grupo, los participantes tienen conciencia de pertenecer a un todo, a una unidad más grande que uno mismo. De ahí se deriva un sentimiento de unión y vinculación con los demás. La cohesión grupal se percibe como solidez y fuerza, y genera en los miembros un sentimiento de poder. Es un hecho que la capacidad de influencia de cada miembro de la multitud se multiplica por el número total de participantes, de forma que “lo que un individuo no puede conseguir solo, una multitud de centenares o miles de personas puede no encontrarlo en absoluto difícil” (Reicher, 1982, p. 76).

Anonimato

Cuanto mayor es el número de personas, menos probable resulta que un individuo pueda ser identificado como tal, por lo que es más fácil que pueda violar las normas establecidas sin que los agentes de control social puedan imponerle castigos. La impunidad existente facilitará, pues, el incumplimiento de las normas sociales. Esta impunidad o ausencia de sanción debilitará el cumplimiento de las normas convencionales. También fomenta el anonimato el hecho de que los participantes, más que hallarse “cara a cara” se encuentran “hombro con hombro”, sin mirarse directamente.

Difusión de responsabilidad

La responsabilidad, especialmente cuando la multitud es numerosa, tiende a no ser asumida individualmente, sino más bien compartida con los demás. La línea de estudios psicosociales centrados en la explicación de la conducta de ayuda en situaciones de emergencia (Darley y Latané, 1968) constató la tendencia a la *difusión de responsabilidad* en situaciones en que diversas personas presenciaban una emergencia (por ejemplo, un accidente), observando que la responsabilidad disminuía a medida que iba aumentando el número de espectadores. Otro fenómeno que se puede explicar en parte desde esta perspectiva es el denominado *giro hacia el riesgo* (*risky shift*) (Stoner, 1961), consistente en que las personas son más capaces de asumir decisiones arriesgadas en grupo que de forma aislada. El riesgo asumido quedaría aquí bajo la responsabilidad del grupo y no individualmente de sus miembros.

Facilitación social

El fenómeno de *facilitación social* fue identificado en los experimentos de Floyd Allport (1924) como una intensificación de las respuestas del individuo simplemente por el hecho de encontrarse en presencia de otros. Allport extendió el efecto de facilitación social al contexto de la multitud (1924, p. 295), señalando que en ella el individuo se comportaría de forma más intensa que cuando actúa en solitario. El fenómeno fue reinterpretado experimentalmente y refinado por Zajonc (1965), que constató que la presencia de otros actúa como una fuente de excitación (*arousal*), produciendo una estimulación de energías en el individuo que incrementaba las respuestas dominantes en su repertorio conductual.

Normalización

Tanto la naturaleza poco organizada de la multitud, sin roles ni normas de conducta definidas, como el carácter relativamente no estructurado de una nueva situación, producen un efecto de ambigüedad inicial respecto a qué conducta seguir. Tras estudiar el comportamiento en situaciones ambiguas, los experimentos de Sherif (1936) demostraron que los individuos entraban en interacción para reducir la incertidumbre y decidir qué curso de acción debían seguir, y que emergía en esas situaciones una norma que cumplía estas funciones. Se había producido, pues, un efecto de *normalización*. Los grupos que, como ocurre con la multitud, carecían de normas definidas, tendían a elaboraras y, una vez aparecidas, iban siendo adoptadas por los miembros en general. A partir de esta idea, Turner y Killian (1987) elaboraron su concepto de *norma emergente*, que implica una definición de la situación, que aclara lo que está pasando, define el estado emocional apropiado y qué acciones deben hacerse o no.

Inmediatez

El carácter envolvente de la situación de multitud (proximidad de otros, amplio número de personas alrededor) puede llegar a implicarnos tanto en ella que nos persuada de que es preciso dar una respuesta inmediata sin concedernos apenas tiempo para la reflexión. Nos dejamos influir por esta conciencia de inmediatez, por esta inmersión en el momento presente que, al mismo tiempo que implica una atención focalizada en el ahora y aquí, significa una tendencia a seguir la conducta de quienes nos rodean sin conceder importancia a las consecuencias que posteriormente puedan derivarse. El hecho de que las concentraciones en multitud ocurran con frecuencia en situaciones críticas o problemáticas puede imprimirles un carácter de urgencia (*sense of urgency*), como subrayaron Turner y Killian (1987, p. 78).

De Le Bon y la desindividuación a la identidad social

En el fondo del análisis del impacto de esos procesos de influencia social lo que subyace es el carácter racional o irracional de la conducta colectiva. Veamos dos posturas antagónicas al respecto.

Le Bon y la desindividuación

El estado de *desindividuación* descrito por Zimbardo (1970) se caracteriza básicamente por un descenso de la autoconciencia y del autocontrol del individuo, con lo que su comportamiento se vuelve más irracional, desinhibido e irresponsable. Zimbardo manipuló en el laboratorio ciertas variables, especialmente el anonimato mediante disfraces, y comprobó notables alteraciones de la conducta en el grupo experimental. En concreto, Zimbardo distinguió tres etapas en el proceso de desindividuación: a partir de diversas *variables input* (anonimato, tamaño del grupo, responsabilidad compartida, alteración de la perspectiva temporal y activación fisiológica), se producía el estado de desindividuación (descenso del autocontrol, de la inhibición, y otros por el estilo) que, a su vez, daba lugar a conductas emocionales e impulsivas de tipo irracional.

La *saliencia* de la identidad social

En la multitud puede apreciarse cómo destaca, o adquiere especial relevancia (*saliencia*) la identidad social, o conciencia de pertenecer al grupo, de formar parte de un *nosotros*. La identidad social sobresale en este contexto por encima de la conciencia del *yo*, de manera que las personas tienden a percibirse a sí mismas más como miembros de un grupo y menos como individuos aislados (Reicher, 1984, 1987). Este cambio en la autopercepción tendrá una relación directa con la conducta colectiva que los individuos desarrollan.

Se ha subrayado que la desindividuación no es una pérdida o inmersión del yo en el grupo, y tampoco una regresión a una forma de identidad más primitiva o inconsciente, sino que consiste, más bien, en el cambio desde el nivel de identidad personal al de identidad social (Turner, 1987, p. 84). Lo que se pierde es identidad personal, pero, al mismo tiempo se gana identidad social.

24.6 Conducta de masas

La conducta de las masas necesita ser descrita con detalle para que se la pueda caracterizar en función de lo que en ellas sea predominante o definitorio. Los principales intentos en este sentido se presentan en las secciones de este apartado.

Comportamiento de las masas en función de la emoción dominante

La propuesta de Lofland (1981) consiste en analizar las masas (colectividades disgregadas) en función de las emociones dominantes.

- *Masas temerosas*: son unas de las más estudiadas. Entre ellas cabe distinguir las que responden a verdaderos peligros (como la amenaza de un desastre natural o de una catástrofe social), o las que reaccionan a falsos peligros, que se refieren a reacciones de temor en las masas que no obedecen a una causa real y física, sino más bien mental o imaginada (Lofland, 1981, pp. 421 y ss.). Señala este autor que estas reacciones, que podemos denominar *miedos infundados*, obedecen al hecho de que las personas reaccionan a la situación amenazadora que han construido mediante la interacción y que es real en sus consecuencias. A veces se ha extendido el miedo en una ciudad por supuestas “olas de crímenes” que carecen de fundamento (Fishman, 1978). En algunos de estos fenómenos, que constituyen *ilusiones colectivas*, pueden producirse incluso desmayos y reacciones histéricas, como comprobaron Kerckhoff y Back (1968) al estudiar los efectos sobre numerosas mujeres de unas imaginarias picaduras de insectos. Retomaremos más adelante este tipo de masas desde el enfoque de las ilusiones colectivas.
- *Masas hostiles*: destacan las que han organizado persecuciones sistemáticas contra grupos sociales estigmatizados (como judíos, herejes, gitanos) o contra disidentes (como ocurría en la antigua Unión Soviética o en la España de la posguerra). Se trata de la llamada *caza de brujas*. En nuestra época continúan produciéndose persecuciones de diversas formas (Turner y Killian, 1987, p. 151) incluso en países tecnológicamente avanzados, como las oleadas de xenofobia, contra inmigrantes del Tercer Mundo, que se han observado en años recientes en algunos países europeos, entre ellos España. En el Cuadro 24.2 se explica un caso específico de reacción hostil, el de la población estadounidense tras los atentados sufridos el 11-S.

Cuadro 24.2: Reacción colectiva USA al 11-S.

El descomunal e inesperado ataque terrorista del 11-S (2001) fue perpetrado contra lugares de gran simbolismo para la identidad de Estados Unidos (Torres Gemelas y Pentágono) y mató a unos tres mil de sus ciudadanos. Desde el primer momento, la mayoría de los ciudadanos estadounidenses percibió el ataque dirigido contra su país y también contra ellos mismos (Schuster y cols., 2001). Así, el ataque significó un enorme motor de activación de la identidad social de ese pueblo-país agredido, acentuando en el ciudadano medio estadounidense el sentimiento de pertenencia a su grupo-nación, tal como sugiere la *Teoría de la identidad social* (Tajfel y Turner, 1979, 1986), que seguimos aquí para

Continúa

este análisis. Esa acentuación de la pertenencia grupal o identidad social hace que las personas tiendan a comportarse más como miembros de un grupo que como individuos independientes.

De la saliencia de la identidad social se deriva una mayor diferenciación entre grupos que conduce a una activación simultáneamente del favoritismo endogrupal y de la discriminación exogrupal. El favoritismo endogrupal en este caso conllevó un fortalecimiento de la cohesión, de la solidaridad (p.e. la enorme entrega de los bomberos y las fuerzas de seguridad, las donaciones de sangre, dinero...) y de los valores más emblemáticos de la nación estadounidense, como se vio en el fuerte incremento de la religiosidad y el patriotismo.

La discriminación hacia el exogrupo agresor indujo a una visión maniquea que señaló al enemigo (Al Qaeda y sus protectores) como la encarnación del *Mal*, despersonalizándolo y descargando sobre él los sentimientos de ira, justificadores de la respuesta violenta que supuso la intervención en Afganistán. Cabe recordar que como reacción al 11-S Estados Unidos hizo la lista de los países que componían el *Eje del Mal* y anunció la *Operación Justicia Infinita*, rebautizada días después como *Libertad duradera*, proponiéndose atacar al enemigo allá donde se encontrara.

Una opción alternativa, en principio más constructiva, siguiendo la Teoría de la identidad social, hubiera sido el intentar una recategorización del endogrupo a un nivel superior, es decir, pasar de la identidad del endogrupo Estados Unidos a la identidad de otro endogrupo más inclusivo, otro “nosotros”, que redefiniera la situación para poder incluir al conjunto de posibles aliados para esta causa. Esta opción facilitaría además que EE.UU. aprovechara la gran solidaridad internacional recibida tras el 11-S para construir una gran alianza desde la cual buscar el máximo consenso para responder a los agresores.

Fuente: Para un análisis más a fondo, véase Rodríguez-Carballeira, A. y Javaloy, F. (2005). Psychosocial analysis of the collective processes in the United States after September 11. *Conflict Management and Peace Science*, 22(3), 201-216.

- *Masas gozosas*: dentro de ellas distingue Lofland (1981), en un abuso quizás del calificativo “gozoso”, los llamados *fads*, las *modas* (*fashion*) y los *furores* o *locuras* (*crazes*). Los analizamos brevemente a continuación:
 - El *fad* es una moda fugaz y trivial. Se define como un comportamiento colectivo “homogéneo, infrecuente, nuevo y no utilitario que se difunde por imitación o por activación de tendencias latentes en las personas” (Aguirre, Quarantelli y Mendoza, 1988, p. 571). Uno de los ejemplos más estudiados de *fad* fue la ola de *streaking* (que consistía en aparecer desnudo en público y huir corriendo) que se desarrolló en el año 1974. El *fad* es pasajero y trivial. Se lo ha denominado también como “pequeñas modas”, “modas fugaces y triviales”, “costumbres o hábitos de moda”, “novedades”, “caprichos colectivos”, “excentricidades” o “entretenimientos y distracciones masivos”. Marx y McAdam (1994, p. 46) señalaron cinco características indicadoras de cómo deben ser esas conductas: notablemente nuevas, no esenciales, pasajeras —coyunturales o de corta vida—, atractivas o importantes para uno al margen de su valor intrínseco o generalmente atribuido, y de rápida expansión (y declive, añadiríamos nosotros).
 - Las *modas*, por su alto grado de institucionalización, sólo en algunos aspectos (como la emergencia y espontaneidad) pueden considerarse comportamiento colectivo. La moda es una implicación masiva y reconfortante que tanto participantes como observadores consideran importante aunque no crucial, y que la gente sigue de forma variada dependiendo de cada moda en particular (Lofland, 1985, p. 442). Si bien el capricho colectivo pasajero de cortarse el pelo a lo *mohawk* se considera un *fad*, se entiende como moda la implantada en los años sesenta con el movimiento *hippy* consistente en llevar pelo largo y barba. El fuerte símbolo de rebelión contra el sistema que supuso esta moda es un indicador de la mayor importancia cultural y social que adquieren las modas como símbolos respecto a los *fads*.

- El *furor* se puede definir como “un compromiso de una masa excitada que tiene un carácter totalmente serio en su naturaleza y en sus consecuencias y que implica más o menos globalmente a las personas durante largos períodos” (Lofland, 1981, p. 441). Son sinónimos los términos “fiebre”, “locura” y “manía”. Un ejemplo típico es la fiebre del oro en California, que atrajo a gran número de personas en 1848. El *boom* es una forma particular de furor en el que las personas tratan de adquirir un objeto a alto precio porque esperan venderlo más caro, como ocurrió en Holanda, durante el siglo XVII, con la llamada “tulipomanía” (se llegó a pagar cantidades astronómicas por un tulipán) o con la compra de tierras en Florida durante el período 1925-1926. El furor implica un compromiso serio que afecta globalmente a las personas durante un largo periodo de tiempo (Lofland, 1981). Las áreas donde se han dado con mayor regularidad los furores son principalmente la económica (la más estudiada en su forma de *boom* especulativo) y la religiosa (“revivalismo”, milenarismo y persecuciones).

Los *fads*, las modas y los furores han aportado también numerosas novedades, algunas recogidas en fotografías consideradas “imágenes del siglo”, en tanto que reflejan el “espíritu de un tiempo” o el “clima cultural” (Brand, 1990), como corresponde a la generalización del uso de la minifalda, del bikini o del *top less* en etapas sucesivas.

Rumor y cotilleo

El *rumor* y el *cotilleo*, al igual que las leyendas contemporáneas y las ilusiones colectivas que veremos luego, son fenómenos de masas que adquieren su mayor relevancia por las características de la comunicación que en ellos se produce. Veamos tres razones por las que, según Goode (1992, p. 266), debe considerarse al rumor y al cotilleo como una forma de comportamiento colectivo:

- Son fruto de una labor colectiva dado que son generados a través de una interacción social de recepción-transmisión.
- Son elaborados de forma más bien espontánea e improvisada.
- Son extrainstitucionales, no normativos y alguno de naturaleza no convencional.



Por *rumor* se entiende una historia no verificada, que es transmitida de oídas y que puede resultar verdadera o falsa. El *cotilleo* es, según Rosnow y Fine (1976), un rumor de carácter despectivo sobre aspectos de la vida personal. El cotilleo es siempre una historia referida a las personas y sus actos, que aprovecha el universal deseo de conocer lo que hacen los demás. Por su definición, rumor y cotilleo no resultan excluyentes, sino que se superponen en alguna medida, de forma que algunos rumores son también cotilleos y a la inversa.

Leyendas urbanas e ilusiones colectivas

Las recopilaciones de las *leyendas urbanas*, también llamadas *contemporáneas* o *modernas* (Brunvand, 1981, 1993), muestran que en su mayoría estas leyendas transmiten hechos que despiertan una emoción negativa de amenaza o miedo. Las leyendas contemporáneas podrían

entenderse como un tipo muy especial de rumores, pero alcanzan una categoría específica por las diferencias que tienen respecto a ellos y que vemos a continuación (Goode, 1992, p. 267):

- Versan sobre personas o hechos que parecen específicos, pero que, en realidad, son abstractos, generales o ficticios, lo que las distingue del rumor cotidiano, que se centra en personas y hechos muy concretos. En las leyendas los protagonistas son sustituibles, no así en el rumor. Lo sustancial de la leyenda está en el contenido.
- De hecho son historias que la gente transmite verbalmente sin comprobación (por tanto técnicamente calificables como rumores), referidas a sucesos ocurridos en el pasado cercano o a amenazas emergentes, no como los cuentos de hadas que suceden en un lugar y en un tiempo lejanos.
- Mientras los rumores suelen ser de corta vida, las leyendas tienden a mantenerse y reaparecer una y otra vez con algunos cambios.
- Por lo que tienen en común leyenda y rumor, alguna historia podría calificarse de lo uno o lo otro.

Las *ilusiones colectivas* pueden considerarse un segundo tipo de rumores, claramente falsos, fruto de una percepción distorsionada de la realidad, que son transmitidos como verdaderos y ampliamente creídos. Entre leyendas e ilusiones colectivas existe también un espacio común de intersección. Las ilusiones colectivas son falsas por definición, mientras que las leyendas urbanas pueden contener alguna parte de realidad.

Al igual que sucede con el rumor y el cotilleo, las leyendas urbanas y las ilusiones colectivas surgen más o menos espontáneamente y tienen una cualidad extraoficial que las sitúa claramente como comportamiento colectivo; dejarían de serlo si se incorporasen como mitos al bagaje cultural de la sociedad, si se institucionalizaran y dejaran de ser dinámicas, evanescentes y en constante transformación, para ser estables y tradicionales.

Según comentamos con anterioridad, muchos de los casos considerados aquí ilusiones colectivas, al tomar como fenómeno clave de ellos la percepción distorsionada que se difunde como verdadera, han venido siendo estudiados como ejemplos de *histeria de masas*, poniendo el énfasis en la reacción psicosomática que sigue algunas veces a la ilusión (Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001).

Debido a su similitud con los rumores, los factores facilitadores de leyendas e ilusiones colectivas pueden considerarse iguales: interés, importancia o saliencia, incertidumbre o ambigüedad, ansiedad y credulidad. De modo más específico, existen otros elementos adicionales que, en la medida en que se den en una historia, propician que aparezcan y se difundan leyendas e ilusiones colectivas: una historia dramática que recoja temores contemporáneos, con una moraleja o significado moral que transmita enseñanzas específicas, a menudo reforzadoras de la creencia en un mundo justo, en el que se premia a los buenos y se castiga a los malos, con un núcleo de verdad convencional acorde con las creencias comúnmente aceptadas, apoyada en detalles específicos del lugar, contada por una fuente creíble, cercana a los hechos, y difundida a través de los *media* (Goode, 1992, p. 324).

24.7 Movimientos sociales: emergencia y madurez del comportamiento colectivo a los movimientos sociales

El movimiento social puede considerarse una forma de comportamiento colectivo porque comparte con este último sus dos rasgos básicos definitorios: *extrainstitucional* y *emergente* (Javaloy, Rodríguez, y Espelt, 2001; Turner y Killian, 1987). Así, el movimiento social desafía el orden establecido, preconiza un cambio social o se resiste ante él y, al menos en su fase

inicial, el movimiento presenta un carácter informal, no estructurado. El movimiento se opone al orden social, con lo que adquiere una dimensión política e ideológica, mientras que el comportamiento colectivo generalmente se limita a situarse fuera del orden que crean las instituciones (Goode, 1992, p. 31), aunque hay excepciones, como los motines o revueltas. En resumen, el comportamiento colectivo es simplemente *no institucional*, mientras que el movimiento social es *antiinstitucional*.

A medida que el movimiento social se desarrolla, se acentúa la conducta organizada mientras que la espontánea se hace menos frecuente, con lo que se va distanciando del comportamiento colectivo “puro”. Así, el movimiento se va estructurando cada vez más, reforzándose su carácter intencional, propositivo e instrumental, y su conducta resulta cada vez menos expresiva (Goode, 1992, pp. 30-31). Debido a ello, es interesante distinguir dos fases en la vida del movimiento que Marx y McAdam (1994, p. 73) denominan *movimiento emergente* y *movimiento maduro*.

El *movimiento emergente* exhibe de forma más nítida las características del comportamiento colectivo. En su fase embrionaria, el movimiento es más espontáneo y emocional, se diferencia más de las instituciones y carece de organizaciones formales propias. Su funcionamiento se basa en grupos informales y en comisiones específicas que crea para resolver diferentes problemas, para lo que busca el apoyo de las instituciones más significativas (como iglesias o sindicatos) y de otras asociaciones. Practica el proselitismo y la acción directa en un afán de constituirse en fuerza social; no ha estructurado todavía los roles de sus miembros y ejerce el liderazgo en grupo, para lo que se aprovecha de que éste todavía no es muy numeroso. Pero este periodo no puede ser demasiado largo, porque la poca organización y escasa planificación podrían desintegrarlo. Con el tiempo, el movimiento, en general, se va organizando, va *madurando* y al ir evolucionando se distancia poco a poco del genuino comportamiento colectivo y adquiere características más propias de las instituciones. En suma, el concepto de *movimiento emergente* nos ayuda a comprender que los movimientos sociales, en mayor o menor grado, son comportamiento colectivo en vías de institucionalización. El *movimiento emergente* es un concepto clave, porque puede ser visto como el “punto de engarce” entre los movimientos sociales y otras formas más típicas de comportamiento colectivo.

24.8 Fase de emergencia del movimiento: movilización de participantes

¿Por qué unos individuos participan en movimientos sociales y otros no? Se han dado tres tipos de respuestas:

- Porque poseen ciertas características psicológicas comunes.
- Porque las actitudes que poseen son afines a las del movimiento.
- Porque las circunstancias particulares de su vida favorecen o hacen más accesible la participación (Marx y McAdam, 1994).

Cada una de estas razones pone el acento en aspectos diferentes de los protagonistas de la movilización y de sus circunstancias. A continuación, examinamos hasta qué punto la investigación ofrece apoyo empírico a estas tres razones.

Características psicológicas de los individuos

Diversos estudios se han centrado en las características psicológicas de los individuos que participan en los movimientos sociales. Destacan los que se basan en la Teoría del conflicto generacional

(Feuer, 1969) y en la personalidad autoritaria (Adorno y colaboradores, 1950), los relacionados con la Teoría de la sociedad de masas (Kornhauser, 1959), y los que se basan en la relación entre frustración y agresión, especialmente, los de la Teoría de la privación relativa (Davies, 1969). Estos estudios presentan una orientación claramente individualista, hecho que limita su capacidad de análisis para estudiar fenómenos de carácter intrínsecamente grupal y colectivo como los movimientos sociales; además, algunos presentan dificultades para su operacionalización a nivel empírico, especialmente los de inspiración psicoanalítica como los de Feuer y Adorno.

La teoría de la privación relativa, en cambio, cuando tiene en cuenta el carácter *colectivo* de dicha privación, como ocurre en la perspectiva de Runciman (1966), resulta útil para explicar la acción de los movimientos sociales; nos permite entender que determinados grupos se movilizan (por ejemplo, las mujeres), no necesariamente cuando su situación es peor, sino cuando sus aspiraciones y expectativas son mayores (y no se cumplen). Por su parte, las variables de tipo cognitivo, como atribuciones o el sentimiento de eficacia o injusticia, influyen en la participación cuando actúan a nivel colectivo más bien que en forma de atributos individuales. Debe tenerse en cuenta que los estudios que han detectado correlaciones entre variables cognitivas y participación no demuestran que las características psicológicas sean anteriores a la participación, sino que más bien parecen ser un efecto de la participación en el movimiento que un factor causal.

Actitudes afines al movimiento

Fueron los estudiosos del movimiento estudiantil de finales de los sesenta y comienzos de los setenta quienes popularizaron el tema de la conexión entre actitudes y participación, al enfatizar la importancia de la socialización familiar y considerar que la acción de los estudiantes radicales estuvo motivada por su deseo de realizar los valores políticos y actitudes de sus padres (Flacks, 1967). Sin embargo, el amplio debate suscitado por estos trabajos ha llevado al convencimiento de que estas explicaciones son insuficientes para dar cuenta de la participación. Lo cual no quiere decir que las actitudes sean irrelevantes para explicar la acción colectiva ya que resulta improbable que alguien participe en una acción si no tiene una actitud favorable hacia ella. Las actitudes constituyen un factor, salvo excepciones, necesario para la participación pero no es suficiente. El estudio de Klandermans y Oegema (1987) puso de manifiesto el bajo poder predictivo de las actitudes: sólo un 5% de los que tenían una actitud favorable a la participación en una manifestación pacifista lo hizo efectivamente. Una predicción más adecuada sobre cuándo una actitud favorable a la participación se convertirá en conducta participativa podría conseguirse teniendo en cuenta la accesibilidad de dicha actitud. Se dice que una actitud (o evaluación) hacia un objeto es accesible cuando existe una fuerte asociación objeto-evaluación de forma que la mera presencia del objeto en la situación inmediata sirve para activar la evaluación. La accesibilidad de una actitud aumenta la probabilidad de que se convierta en conducta y permite, por tanto, una mejor predicción de la relación (Fazio y Williams, 1986).

Accesibilidad a la participación

El contacto con las redes sociales de un movimiento y el hallarse en una coyuntura biográfica favorable son las dos situaciones que hacen más accesible la oportunidad de participación, lo que incrementa la probabilidad de que ésta se produzca. Respecto al contacto con las redes sociales del movimiento, se ha visto que las asociaciones primarias y secundarias funcionan como importantes canales de reclutamiento. En este sentido, las relaciones y *redes sociales* pre-existentes desempeñan un importante papel en la forma de organizar y canalizar la captación de miembros (Zurcher y Snow, 1981). Las interconexiones entre la red del movimiento y las

asociaciones interpersonales de participantes potenciales son probablemente más importantes que las características psicológicas de los individuos para que la persona entre a formar parte de un movimiento (Snow, 1980). Se ha comprobado que, cuando un individuo tiene contacto con un miembro de un movimiento social, a través de sus redes sociales, es mucho más probable que dicho individuo sea reclutado por el movimiento (Bolton, 1972; Snow, 1976). Asimismo, el hecho de haber pertenecido a organizaciones aumenta la probabilidad de haber tenido contacto con las redes sociales de movimientos y, por tanto, de ser reclutado por ellos. Respecto a la segunda situación que favorece la accesibilidad a la participación, las circunstancias biográficas favorables, sobresalen la disponibilidad actual del individuo (por ejemplo, ser soltero, tener pocos compromisos y mucho tiempo libre) y el activismo previo en otro movimiento social, lo cual implica una más adecuada preparación para una nueva militancia (McAdam y cols., 1988). Igualmente, el hecho de que los lazos de pertenencia grupal de un individuo no entren en contradicción con la afiliación al movimiento favorece también la participación.

Marcos de acción colectiva: injusticia, identidad y eficacia

Para que surja la acción colectiva en una situación determinada es necesario que dicha situación sea definida o interpretada como injusta, de tal forma que estimule la necesidad de corregirla. Ello implica la creación de un marco cognitivo que exprese dicha interpretación, es decir, de un *marco de acción colectiva*. El marco de acción colectiva es un conjunto de creencias y valores que orienta, da sentido y legitima las acciones emprendidas por un movimiento social. Ello nos sugiere que su contenido es de tipo ideológico. A diferencia de la ideología, que presenta una visión más amplia y omnicomprendensiva, el marco tiene un significado más restringido, concreto y orientado hacia la acción colectiva. El concepto fue inicialmente propuesto por Gamson y cols. (1982), y ha sido elaborado por diversos autores (Snow y cols., 1986, 1988; Gamson, 1992; Klandermans, 1997), siendo uno de los conceptos más utilizados en la investigación actual.

Los marcos de acción colectiva constan de tres componentes: injusticia, identidad y eficacia. Éstos implican que la situación existente es injusta, que esta idea es compartida por un grupo y que se tiene confianza en la acción colectiva para cambiarla.

- El sentido de *injusticia* surge de la indignación moral relacionada con ciertos agravios, es decir, con la privación de ciertos derechos que el individuo cree que en justicia le corresponden. El origen de esta indignación moral suele ser una situación de “desigualdad ilegítima” (Mayor, 1994) entre los individuos o grupos, la existencia de un trato desigual que se percibe como ilegítimo (por ejemplo, es el caso del movimiento homosexual); también puede tener su origen en la vulneración de ciertos principios morales que algunos movimientos consideran fundamentales (como en el movimiento de objeción de conciencia). El sentido de injusticia no debe entenderse solamente como una creencia, sino que ésta está teñida de fuertes emociones, de una afectividad reivindicativa que facilita la movilización de los agraviados.
- El componente de *identidad* se refiere al sentimiento de identificación mutua que existe entre los que comparten un mismo sentido de injusticia. De esta forma surge un “nosotros”, una conciencia de pertenecer a un mismo grupo. La construcción del nosotros implica la construcción de un “ellos” (autoridades, grupos de poder) a los que se atribuye la responsabilidad de la situación de injusticia padecida. Conceptos como el de *privación fraternal* (Runciman, 1966) o *injusticia compartida* resaltan el aspecto *colectivo* de unas creencias y unos sentimientos que en absoluto se experimentan de una forma puramente individual, sino que son indicadores del malestar y la ira de un grupo contra quienes consideran tienen la culpa de su sufrimiento.

- El sentido de *eficacia* se refiere a la creencia de que una situación de injusticia puede cambiar gracias a la acción colectiva. Ello implica la convicción de que la situación definida como injusta no es inmutable y de que se poseen los medios suficientes para cambiarla. Este componente de eficacia, o confianza en la propia capacidad, se opone al sentimiento de impotencia que lleva a las personas a la apatía, al fatalismo y a la resignación. Por el contrario, la vulnerabilidad del sistema puede comenzar a evidenciarse cuando las injusticias percibidas le hacen perder legitimidad, el fatalismo de mucha gente se convierte en exigencia de cambios y se vislumbra un nuevo sentido de eficacia (McAdam, 1989). En el recuadro analizamos el movimiento alterglobalizador a partir de los marcos de acción colectiva.

RECUADRO: El movimiento alterglobalizador.

El fenómeno más significativo de los últimos años en el ámbito de los movimientos sociales ha sido el rápido desarrollo del inicialmente llamado movimiento antiglobalización. Su oposición frontal al discurso neoliberal dominante, a la ideología de un capitalismo sin límites, junto con su identidad plural le convierten en el movimiento que lidera la protesta de los movimientos democráticos actuales, asumiendo el papel que antes tenía el movimiento ecologista y siendo el nuevo portador de la oposición al *Paradigma Social Dominante* (Espelt y Javaloy, 2004).

Para analizar los significados producidos por el movimiento utilizamos el concepto de marcos de acción colectiva, siguiendo el trabajo de Maria Teresa Urreiztieta (2006, pp. 224-249).

- *Injusticia*: enfatiza los agravios sufridos por las lógicas de la dominación capitalista en los diferentes ámbitos de la vida y sus repercusiones en lo político, lo económico, lo educativo, lo cultural y lo ambiental. Se cuestionan las actuales democracias formales. Es representativo de este hecho el eslogan *No al totalitarismo simpático*. Advierten contra el destino del planeta si no se logra crear una conciencia de cambio y de resistencia al orden neoliberal. Estos discursos reflejan una “afectividad encendida, guerrera”, impregnada de sentimientos de indefensión y de amenaza (contra los derechos humanos, contra el planeta...), juntamente con la indignación moral que provoca la instrumentalización de un ser humano reducido a producto de uso y consumo (*El mundo no es una mercancía*).
- *Identidad*: el movimiento se caracteriza por una identidad múltiple, interconecta discursos que anteriormente aparecían por separado (militarismo, patriarcado, medio ambiente, autonomía, relaciones capital-trabajo); por ello se le ha definido como movimiento de movimientos (Pastor, 2002). El *nosotros* construido engloba desde planteamientos radicalmente antisistema hasta planteamientos más reformistas. Todos tienen su importancia y, al estilo del zapatismo (uno de sus referentes simbólicos), la dicotomía revolucionarios o reformistas se resuelve con un *rebeldes*. La disyuntiva entre diferentes posiciones es generalmente sustituida por actitudes inclusivas y vinculantes (*Construir un mundo donde quepan todos los mundos*) (Calle, 2005, p. 82). Un *nosotros* implica un *ellos*, a quien se atribuye la responsabilidad de todos los males denunciados, descalificándolos como predadores del planeta. El *ellos* está compuesto fundamentalmente por los que defienden la ideología neoliberal: las multinacionales, los organismos financieros internacionales (FMI, BM), los políticos y Estados que los defienden, también por el patriarcado y el militarismo. Se trata, en palabras de Urreiztieta, de un adversario económico, político e ideológico-cultural.
- *Sentido de eficacia*: el movimiento está construyendo una conciencia de cambio, creando significados de que es posible cambiar y transformar el mundo (*Otro mundo es posible*), de que existen alternativas al llamado *pensamiento único* —simbolizado en el *No hay alternativa* de Margaret Thatcher— y al modelo neoliberal, que el discurso ideológico dominante presenta como inevitable. Simultáneamente se pretende construir un poder social que, además de resistir al orden establecido, genere un modelo de globalización alternativo al actual. Así, se construyen significados sobre el movimiento como un actor con poder que se está construyendo (*Somos millones y el planeta no es vuestro*), lo que transmite confianza y sentido de la eficacia de sus acciones.

El marco de acción colectiva también pone en conexión los objetivos del movimiento con las motivaciones de los individuos a los que se dirigen (Snow y Oliver, 1995, p. 587). Este aspecto es crucial porque sólo así los activistas conseguirán captar el interés de las personas de forma que tomen conciencia del problema y respondan a la llamada a la movilización. Pero la defensa de un marco de acción colectiva por parte de un movimiento no implica sólo un intento de persuadir a la población para ganar partidarios para la propia causa, sino también una lucha ideológica contra los que sostienen ideas contrarias. Así, el movimiento construye un discurso que se opone al discurso dominante, ambos discursos entran en competición e intentan imponerse el uno sobre el otro.

El paso a la acción: la movilización

Ni las condiciones estructurales, ni la existencia de un marco de acción colectiva compartido por un conjunto de personas, son suficientes para provocar la participación en un movimiento social. Para que las ideas se conviertan en acción se precisan varias etapas a través de las cuales se va tendiendo un puente entre un determinado sector de la población (nivel estructural) que se halla descontento y la participación individual (nivel psicológico). Ello ocurre en el proceso de movilización, durante el cual los *organizadores* intentan contactar con los simpatizantes y motivarles a la participación. Klandermans (1997) analiza este proceso y plantea un modelo de cuatro fases:

- Formar el *potencial de movilización*: despertar una actitud favorable al movimiento en un amplio conjunto de individuos, hasta convertirlos en simpatizantes o participantes potenciales.
- Formar y activar *redes de captación*: establecer una red de conexión con organizaciones formales y grupos informales existentes con objeto de contactar con los simpatizantes.
- Activar la *motivación a participar*: persuadir a los individuos contactados de que las recompensas superan a los costes de la participación.
- Superar las *barreras a la participación*: eliminar los obstáculos tanto personales como de tipo social que impiden la decisión final de participar.

Formación del potencial de movilización

El potencial de movilización de un movimiento incluye al conjunto de individuos de una sociedad que presentan una actitud favorable al movimiento y que, en consecuencia, probablemente llegarán a movilizarse por él. En una palabra, se refiere a los individuos *movilizables*. En cambio, el potencial de movilización excluye a las personas con actitudes que sitúan al movimiento social en la “latitud de rechazo” (Sherif, Sherif y Nebergall, 1965), es decir, a las que sostienen posiciones ideológicas que se oponen de forma explícita a los objetivos del movimiento. Los integrantes del potencial de movilización son simpatizantes que comparten el marco de acción colectiva del movimiento y, por tanto, se hallan predispuestos a participar. Son la *base social* del movimiento, es decir, aquellos individuos y grupos cuyos intereses promueve el movimiento, aquéllos que se sienten afectados por el mismo problema que trata de solucionar el movimiento y que resultarán beneficiados si éste consigue sus objetivos. Pero esta equivalencia entre potencial de movilización e intereses no es total (como ocurriría en un grupo de presión), ya que puede haber personas que aunque no obtendrán ningún beneficio directo de la acción exitosa del movimiento, apoyan su causa por razones de conciencia (McCarthy y Zald, 1973).

Formación y activación de redes

El siguiente paso es establecer una red de relaciones sociales que le permita llegar a la gente y transmitirle sus demandas de participación en acciones concretas. Su efectividad dependerá

de la formación y desarrollo de una red de movilización que incluya tanto organizaciones como redes informales de amigos, compañeros y familiares. Los activistas deberán intentar contactar con el mayor número posible de los individuos que integran su potencial de movilización. Las características de la red —su *amplitud* y *densidad*— afectarán directamente al éxito de la movilización y también a la forma en que ésta se realice. Cuanto más amplia sea la red de movilización, cuanto más amplia sea la variedad de organizaciones y grupos informales integrados por un número elevado de personas que abarque, mayor será el alcance de la movilización (Oberschall, 1973, p. 175). La densidad de la red es un factor importante. Una red densa implica un elevado grado de interconexión entre los miembros que puede apreciarse tanto por la intensidad de los vínculos entre las personas como por la duración de sus interacciones y por la frecuencia con que se producen. La densidad de una red permite prever la estabilidad y la eficacia de la movilización de cara a la futura participación (véase Calle, 2005, pp. 147-155, para un análisis de las redes del movimiento alterglobalizador en Barcelona).

Estimulación de la motivación a participar

Los activistas deberán influir sobre las personas que han sido contactadas a través de las redes tratando de persuadirlas para que tomen la decisión de participar. La motivación a participar, según la Teoría de la movilización de recursos, depende de los costes percibidos y los beneficios de la participación. Tanto los incentivos colectivos como los selectivos varían como una función del *tipo de actividad* en que una persona está participando ya se trate de asistir a una manifestación no autorizada, participar en una huelga legal o pegar carteles. Dado que los costes y beneficios varían en cada tipo de actividad, quien está motivado a una actividad puede no estarlo para otra (Klandermans, 1997). Los activistas de las organizaciones de los movimientos deberán intentar ejercer un control sobre los beneficios y costes de la participación. Ello implica que, de acuerdo con la Teoría de la motivación a participar, deberán intentar influir positivamente sobre los individuos a base de insistir en ciertos aspectos clave como:

- Expectativas de éxito en cuanto al número de personas que participan y en cuanto a la probabilidad de obtener un resultado favorable.
- Importancia de los beneficios colectivos por los que se lucha.
- Incentivos o beneficios selectivos, especialmente los de carácter social, que se refieren a la acción de personas más significativas para el individuo (familiares, amigos, compañeros).

Eliminación de barreras a la participación

No todas las personas que están motivadas para participar acaban haciéndolo. Pueden surgir obstáculos de tipo interno (su motivación se debilita) o de tipo externo (por ejemplo, carecer de vehículo para trasladarse al lugar donde se realizará la acción) que lo impidan. Los primeros están relacionados con los segundos ya que cuanto más altamente motivadas están las personas, más altas son las barreras externas que son capaces de remontar. Los organizadores deben hacer lo posible para disminuir las barreras e incrementar así la probabilidad de que la gente que tiene la voluntad de participar, lo haga realmente. Para superar tanto los obstáculos de tipo interno (o motivacionales) como externos, los activistas de organizaciones de movimientos sociales deben desplegar estrategias que se dirijan tanto a mantener y aumentar la motivación (por ejemplo, tratando de influir favorablemente sobre las personas más significativas) como a movilizar recursos externos y realizar gestiones que faciliten la participación (por ejemplo, poner autobuses a disposición de los participantes).

24.9 Fase de madurez: organización y relación con el contexto

Los movimientos sociales, cuando nacen, manifiestan características del comportamiento colectivo “puro” (emergencia, espontaneidad) pero, a medida que la etapa emergente va quedando atrás, los que eran pequeños grupos informales se estructuran poco a poco hasta constituirse en organizaciones formales y redes bien trabadas de individuos y grupos. Se tiende a desarrollar entonces un liderazgo formal y a precisar los procedimientos de toma de decisiones. La organización es necesaria para poder coordinar la acción de un colectivo que con el tiempo se ha ido haciendo más numeroso y ha multiplicado sus acciones.

La Teoría de la movilización de recursos ha insistido en la importancia de las *organizaciones formales* para que el movimiento perdure (McAdam y Snow, 1997, p. XXII). La organización permitirá al movimiento concretar mejor sus objetivos y escoger y planificar con detalle sus formas de acción. Los recursos disponibles, generalmente muy limitados, se concentrarán y distribuirán de una forma más eficaz, con lo que aumentará su probabilidad de éxito. Sin embargo, no todos los movimientos sociales siguen este camino ya que la mayoría de movimientos mueren en su primera fase por su falta de capacidad para haber sabido generar apoyos y afrontar los retos de la organización (Marx y McAdam, 1994, p. 96).

En la actualidad, la mayoría de movimientos se constituyen en forma de *redes*, en contraste con las rígidas organizaciones de los viejos movimientos. Ello obedece especialmente a razones ideológicas propias del *Nuevo Paradigma* (véase Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001, p. 128) que manifiesta su rechazo hacia las organizaciones centralizadas y jerárquicas, se adhiere a estructuras organizativas horizontales y abiertas que faciliten la participación democrática, al tiempo que permite un mayor desarrollo de la identidad y de la autonomía, tanto individual como grupal. Así, algunos rasgos ideológicos de los nuevos movimientos están simbolizados en la red: en ella no hay jerarquía o posiciones de poder, su estructura está descentralizada (el centro está en todas partes), se halla compuesta de grupos pequeños y posee notable flexibilidad (Javaloy, Espelt y Cornejo, 2001).

Todo movimiento aspira a conseguir algún tipo de cambio social (u oponerse a él), pero si no especifica su fin u objetivo corre el peligro de dispersar sus limitadas energías en acciones mal planificadas. Una acción eficaz requiere concretar previamente los objetivos tanto como sea posible. Evidentemente, también precisa disponer de medios suficientes para realizarla, es decir, recursos materiales y humanos, y tácticas adecuadas de actuación. Por ello, buena parte de la actividad del movimiento maduro se centra en descubrir procedimientos para generar *recursos* y asegurar una infraestructura que le permita sobrevivir. Ello conlleva recaudar fondos y otros recursos de tipo material (locales, equipamientos) así como conseguir el apoyo o alianza de otros grupos y contar con activistas que dediquen su tiempo al movimiento.

En la actualidad, las nuevas tecnologías de la comunicación ofrecen nuevas posibilidades para la organización de los movimientos, tanto para la difusión de sus mensajes como para la organización interna y planificación de actividades. Indudablemente los movimientos sociales actuales serían diferentes de no disponer de estas nuevas tecnologías. Sin duda, Internet y los teléfonos móviles desempeñan un papel insustituible, tanto por su rapidez como por su bajo coste. Acciones colectivas como las manifestaciones globales contra la Guerra de Irak en 2003 o la movilización popular tras el 11-M no hubieran sido posibles sin la movilización a través de Internet y de los móviles, respectivamente (el recuadro de la página siguiente analiza el papel decisivo que tuvieron los móviles en dicha movilización). Además, el impacto de múltiples acciones simultáneas puede ser mayor que el de las mismas acciones dispersas tanto por el volumen de la presión acumulada que se ejerce sobre las autoridades como por la conciencia de unidad que genera entre los participantes.

RECUADRO: Después del 11-M: movilización.

A los atentados terroristas del 11-M (en Madrid, 2004), siguieron varias movilizaciones populares que repercutieron en el vuelco electoral del 14-M. Fue una convulsión que contradujo las previsiones de las encuestas y demostró que la acción colectiva, cuando utiliza los recursos que le ofrece la sociedad de la información, puede influir de forma significativa en un cambio de trascendencia histórica, en este caso el cambio del partido gobernante en España.



Hubo dos movilizaciones principales. La primera tuvo lugar el 12-M, el día después de los atentados, y convocó en toda España una cifra récord de españoles, once millones, en contra del terrorismo y también, según un buen número de pancartas “en contra de la guerra” (de Irak). La movilización del sábado, 13-M, implicó sólo a algunos miles de personas en diversas ciudades españolas pero cobró un fuerte dramatismo y animosidad por haberse descubierto (supuestamente) que el gobierno del Partido Popular mentía y trataba de instrumentalizar el engaño en busca de ventajas electorales. Nos centraremos en esta última.

La mentira genera rabia y el móvil la transmite

A lo largo del 13-M, día de reflexión anterior a la jornada electoral, la policía confirmó la autoría de Al Qaeda, lo que fomentaba las sospechas de que el gobierno engañaba a la población y acusaba a ETA para obtener ventajas electorales el 14-M. Miles de personas en toda España salieron a la calle reclamando, ante sedes del PP, que el gobierno dijera con claridad toda la verdad sobre los atentados. La mentira generó rabia y el móvil sirvió para transmitirla y movilizar espontáneamente a la gente, al menos en la concentración más numerosa que fue la de Madrid, probablemente la primera de la historia convocada a través de SMS, mensajes de texto entre teléfonos móviles.

A medida que pasaban las horas y se iba acercando el día de las elecciones las consignas adquirieron un tono apremiante, de urgencia, que se resumía en una exigencia: “antes de votar queremos la verdad”. Las pancartas reflejaban la ira de quienes se sentían víctimas de una injusta ocultación de información por parte del gobierno. Los eslóganes gritados eran muy claros: “mentirosos, mentirosos”, “el pueblo no se cree las mentiras del PP”, “televisión, manipulación”. La responsabilidad de los hechos era atribuida a los gobernantes: “Faltan 200 (aludiendo a los fallecidos) por vuestra culpa”, “Aznar culpable, eres responsable”. Se conectaban los atentados con la Guerra de Irak, a la que el presidente Aznar había dado soporte: “son nuestros muertos, es vuestra guerra”, “esto hemos ganado con la Guerra de Irak” y “las bombas de Irak estallan en Madrid”. La conclusión de la multitud que protagonizaba la que se llamó “rebelión democrática” contra el PP llegó a ser tan contundente que adquirió el tono de una profecía autocumplida: “mañana votamos, mañana os echamos”.

La activación de las redes sociales de los participantes, principalmente gracias al uso de móviles, jugó un papel espectacular hasta el punto de que el tráfico de mensajes por móvil creció ese día un 20%. Así como en las protestas contra la Guerra de Irak pudo descubrirse la capacidad de convocatoria de Internet, aquí nos encontramos con un fenómeno innovador: el protagonismo del SMS por su poder movilizador, más inmediato y directo que la Red.

La interacción del movimiento con el contexto

Dentro de la interacción que el movimiento social tiene con el contexto, de cara a la realización de sus objetivos, destacamos las relaciones del movimiento con el Estado, con los contramovimientos y con los medios de comunicación.

La relación del movimiento con el Estado

El centralismo que caracteriza a los Estados modernos los ha convertido en blanco de la mayor parte de los movimientos sociales que dirigen hacia él sus demandas. La reacción de las autoridades es decisiva para el resultado del movimiento social: una total permisividad favorece al movimiento social, pero una fuerte represión también puede beneficiarle, al proporcionarle una amplia solidaridad por parte de la población. A lo largo de las últimas décadas, el Estado ha desarrollado una actitud de tolerancia hacia la acción colectiva lo cual ha reducido los costes de la participación y, consiguientemente, ha aumentado la probabilidad de que ésta se produzca. El Estado cambió de actitud al descubrir que llenar las cárceles de manifestantes servía para incrementar la popularidad del movimiento, con el resultado del desprestigio de los gobernantes, que se ganaban la fama de arbitrarios y represivos. Por ello, las autoridades aceptaron finalmente como legítimas, e incluso legalizaron, formas de acción (como la manifestación y la ocupación) que antes no permitían (Tarrow, 1994, p. 172). La progresiva normalización de la acción colectiva ha influido en que hoy vivamos en una *sociedad de movimientos* en la que la negociación entre los movimientos y el Estado se ha convertido en una actividad habitual. El hecho de vivir en una sociedad casi permanentemente movilizada ha otorgado un particular carácter cambiante al mundo en que vivimos.

Relación con contramovimientos

Algunos movimientos sociales como el feminista o el ecologista han provocado una reacción opuesta, protagonizada por aquellos sectores de la población cuya forma de vida tradicional parecía amenazada por dichos movimientos, lo que dio lugar a contramovimientos. Es el caso, por ejemplo, del contramovimiento Pro Vida (surgido para hacer frente a las movilizaciones y logros a favor del aborto). Es característico del contramovimiento el hecho de que sus acciones y despliegue, dirigidos a conquistar espacios ocupados por el movimiento social al que se oponen, dependen de la dinámica del movimiento antagonista. Esta falta de autonomía del contramovimiento es una fuente intrínseca de debilidad que pondrá en peligro su supervivencia.

Medios de comunicación y movimientos sociales

1. Definición de los problemas sociales en los medios

Debido a que la actividad de los movimientos sociales tiene su origen en la definición de un problema social, debe considerarse la definición que del mismo problema hacen los medios de comunicación, dado el papel que éstos desempeñan en la creación de la opinión pública. La coincidencia o discrepancia del marco de acción colectiva del movimiento con el marco interpretativo de los medios puede favorecer o perjudicar los intentos del movimiento por captar la simpatía de la gente. Una interesante aportación al asunto de la definición de problemas en los medios ha sido la propuesta del concepto de *paquetes ideológicos* (Gamson y Modigliani, 1989), esquemas interpretativos que surgen en la sociedad respecto a cuestiones políticas concretas, se difunden principalmente a través de los medios y ejercen influencia sobre el debate público. Los paquetes tienen una estructura que gira en torno a una idea central —asociada a algún símbolo o imagen— que permite organizar la información sobre un acontecimiento e interpretarla. Además, los paquetes poseen *resonancias culturales*, es decir, tienen un poder evocador (*suenan*) ya que están conectados con los valores y experiencias de la gente en la cultura dominante.

2. Influencia de los medios en la difusión de los movimientos

Los medios de comunicación han desempeñado un papel trascendental en la difusión de las ideas defendidas por algunos movimientos, especialmente aquellos que defienden valores humanistas, como el ecologismo o el movimiento de derechos humanos. Pero los medios:

- No sólo constituyen una forma de contactar con amplios sectores de la población, lograr un respaldo y ganar simpatizantes a una causa.
- Permiten también establecer conexiones entre los movimientos y las fuerzas políticas e instituciones.
- Suministran apoyo psicológico a los activistas ya que éstos se sienten reconfortados por la atención que se les presta (Kielbowicz y Scherer, 1986).

Es claro que la televisión tiene un papel destacado con su impacto sobre grandes audiencias y su poder para concienciar a la población y estimular la realización de acciones colectivas. Un caso emblemático en la utilización de las imágenes televisivas fue el movimiento de derechos civiles norteamericano de los años 60 (véase Tarrow, 1994, pp. 220-222). El *poder visual* de la información televisiva sobre el movimiento de derechos civiles residió “en su incomparable capacidad de captar situaciones complejas en imágenes visuales breves” lo cual, unido al peculiar impacto emocional de la transmisión en directo, habría llegado a producir “una revolución en las tácticas de los movimientos”.

3. Sesgos en la información de los medios de comunicación

Si bien los medios otorgan visibilidad social a los movimientos, a menudo ofrecen una visión sesgada de ellos, producto de su tendencia al sensacionalismo, la predilección por lo excitante y la búsqueda del conflicto y del escándalo (McQuail, 1991), justificada tanto por motivos comerciales como por el énfasis profesional en la “noticia”, es decir en las informaciones que contienen más novedad o carácter insólito (aunque se trate de aspectos triviales). Ello produce importantes sesgos en las informaciones, debido a que se privilegia la anécdota y se pasa por alto las razones que en profundidad dan cuenta de ellas.

No siempre se trata de algo intencionado. Por lo general es el resultado del tratamiento superficial de la información propio de los medios. Los fallos principales provienen de dar las noticias como incidentes aislados sin profundizar en sus causas, de priorizar hablar sobre las personas en lugar de hacerlo sobre los temas y de seleccionar las cuestiones sencillas con pros y contras fácilmente identificables (Van Zoonen, 1992). Por otra parte, también se ha visto que en el tratamiento de los problemas sociales en los medios se dedica más espacio a la opinión y actuación de personajes que representan a los grupos dominantes (élites políticas, gobernantes, funcionarios, asociaciones de empresarios), mientras que se dedica menos atención a la perspectiva de los actores (sindicatos, huelguistas, organizaciones de movimientos sociales) y se otorga un mayor énfasis a los aspectos más llamativos y con efecto a corto plazo (Van Dijk, 1988).

4. Tácticas de los movimientos para atraer a los medios

Los movimientos necesitan de los medios para difundir su mensaje al resto de la sociedad y por tanto buscan atraer su atención. Así, emplean diversas tácticas para aproximarse a los medios:

- Crear noticias mediante la organización de actos públicos en los momentos en que el movimiento necesita una mayor visibilidad (por ejemplo, para comunicar la transmisión de un cambio de táctica o de política).
- Convocar concentraciones masivas de público.
- Realizar acciones espectaculares con un fuerte impacto visual.

En el recuadro siguiente se analizan este tipo de acciones con mayor detalle.

RECUADRO: Protesta y sociedad del espectáculo.

Las tácticas de protesta, los *repertorios de acción colectiva* de Tilly, van variando de una época a otra, adaptándose al espíritu de los tiempos. Cuando surgen los medios de comunicación de masas, especialmente la televisión, las formas de protesta de los movimientos cambian radicalmente. Al depender de los medios de comunicación para extender su mensaje al resto de la sociedad, los movimientos tienen que adaptarse a las exigencias mediáticas. La importancia que los medios dan a los acontecimientos es proporcional a su riqueza en imágenes. Cualquier suceso tiene prioridad como noticia si tiene imágenes, especialmente si éstas son atractivas. Consecuentemente, son las protestas vistosas, espectaculares, que ofrecen imágenes *mediáticas*, las que se adaptan mejor al lenguaje de los medios y, de hecho, a la mentalidad del conjunto de la sociedad.

Un ejemplo: para la manifestación antiglobalización que se realizó en Barcelona el 16 de marzo de 2002 se preparó una movilización que ofreciera imágenes altamente atractivas para la televisión y que resultaran divertidas para los participantes. Para ello se planeó —aunque finalmente por diversas razones no se llevó a cabo— que las personas se movieran de distintas formas a lo largo del recorrido para simbolizar los males que aquejan a la Europa del Capital, y así obtener imágenes de una gran fuerza visual. Primero, en un momento dado, la gente caminaría hacia atrás, simbolizando el retroceso de las libertades civiles y laborales, de la paz y la democracia. En un segundo momento, la manifestación avanzaría a “cámara lenta”, como avanza la Europa social. Posteriormente, se desfilaría con paso militar, como crítica a la fuerza del pensamiento único y del consumismo. Finalmente, en cuarto lugar, los manifestantes se tirarían al suelo (al grito del tristemente famoso ¡todos al suelo!) como expresión de la opresión que ejerce la dictadura del mercado.



Para comprender mejor este tipo de acciones, y las características de nuestra sociedad actual, es imprescindible el concepto de *sociedad del espectáculo* (Debord, 1967, 1988). Una sociedad donde todo acto comunicativo adopta cada vez más la forma de espectáculo, en su búsqueda constante de entretenimiento y evasión. En esta línea, los informativos, a pesar de su pretendida seriedad, tratan tanto o más de entretener a la audiencia que de informarla, con lo que los límites entre información y entretenimiento son cada vez más difusos.

Las acciones espectaculares de los movimientos tienen la ventaja de conseguir visibilidad social a través de los medios, siendo la creatividad en la protesta un activo de muchos movimientos actuales. Pero tienen el inconveniente de que los medios den una visión sesgada del movimiento y sus acciones. Además, existe el peligro de que la acción de protesta se convierta en un espectáculo más, que se incorpora al presente perpetuo, a la incesante función continua que crean los medios, donde cualquier noticia acaba siendo rápidamente olvidada. Un ejemplo muy ilustrativo lo encontramos en las movilizaciones contra el *Fórum* de Barcelona del 2004. Éste era criticado por banalizar las culturas, por convertirlas en un espectáculo para el consumo de masas. Una de las acciones de los *antifórum* fue el desembarco en pateras en el recinto del *Fórum*. A partir de aquí, ellos también pasaron a formar parte del espectáculo y la trivialización mediática que criticaban. Este episodio nos muestra lo difícil que es escapar al modelo impuesto por la sociedad del espectáculo, porque los medios no sólo transmiten contenidos, sino que sobre todo han construido un *entorno*, un modelo de comunicación (y entretenimiento) que domina dentro y fuera de la pantalla.

La construcción social de la protesta

La construcción social de la protesta tiene lugar en las campañas de movilización cuando los activistas de organizaciones de un movimiento tratan de persuadir al resto de ciudadanos para

que se adhieran a su punto de vista, adopten su marco de acción colectiva y se decidan a participar (Klandermans, 1994). Los organizadores plantean, persuasivamente, una visión alternativa de la realidad social en consonancia con el propio marco de acción colectiva. Lo hacen por medio de declaraciones públicas, propaganda impresa, mítines y otras formas variadas en una batalla dialéctica con los que mantienen actitudes contrarias. Para conceptualizar el proceso de persuasión en el curso de las campañas se han propuesto dos conceptos: el alineamiento de marcos (Snow y cols., 1986) y la movilización del consenso (Klandermans, 1994).

El *alineamiento de marcos* consiste en tratar de conectar —es decir, poner en la misma línea o *alinear*— el marco cognitivo de los participantes con el marco ideológico de las organizaciones del movimiento social. El objetivo es que el individuo adopte el marco de acción colectiva y que, a través de esta “lente”, otorgue un significado a los hechos relevantes relacionados con un problema social determinado de forma que ello le disponga para la movilización colectiva. Dado que resulta difícil que la gente acepte la sustitución de su marco por el del movimiento, el *alineamiento* o conexión de marcos suele recurrir a la construcción de un *marco puente* que permita vincular la interpretación de los hechos que hacen individuos con la interpretación del movimiento.

El planteamiento anterior es similar al propuesto por Klandermans (1994) con el concepto de *movilización del consenso*, que expresa también los intentos de los organizadores del movimiento, por medio de comunicaciones persuasivas, de imponer las actitudes o definición de la realidad del movimiento. Este autor se basa en los estudios psicosociales sobre persuasión para señalar que los intentos de persuadir serán más o menos exitosos en función de que sus argumentos se puedan apoyar en creencias y actitudes ya existentes. Como ocurre en el alineamiento de marcos, también la clave aquí está en conectar o sintonizar las orientaciones, intereses y experiencias vitales del individuo con las del marco del movimiento.

En suma, la batalla por la conquista de las mentes implica un enfrentamiento directo con grupos oponentes y contramovimientos que, desde un marco interpretativo contrario, tratan de persuadir en sentido opuesto al deseado por el movimiento. Se trata de una lucha discursiva en la que se enfrentan dos formas contrarias de construcción social de la realidad. Los activistas intentan justificar la legitimidad de su causa por medio de la deslegitimación de la de sus adversarios, los cuales hacen lo mismo.

Concienciación durante los episodios de acción colectiva

El hecho de participar en una acción colectiva puede ir asociado a una “explosión de conciencia” (Mann, 1973), es decir, a un incremento en la conciencia que se tenía sobre un problema. Este fenómeno, que tiende a reforzar el compromiso de los activistas, ha sido objeto de una diversidad de estudios que nos permiten distinguir tres tipos de efectos derivados de la participación:

- *El impacto de la participación*: una participación efímera puede ser decisiva para un compromiso futuro. Una pequeña participación (por ejemplo, en una asamblea) puede producir un gran efecto de concienciación que tenga consecuencias decisivas para el activismo futuro de la persona.
- *Desarrollo de una identidad social positiva*: participar en una acción colectiva puede contribuir notablemente a crear o reforzar una identidad social positiva, especialmente si uno pertenece a una minoría víctima de injusticias y humillaciones. Por ejemplo, en el estudio de Reicher (1996) sobre la protesta estudiantil de Westminster, se observa el hecho de que participar conjuntamente en la manifestación generó un sentimiento de unidad y una identidad social común que no existían previamente.
- *Incremento del sentido de eficacia*: cuando tiene lugar una importante y multitudinaria acción colectiva, el hecho de haber participado en ella puede no sólo reforzar la solidaridad

y la identidad compartida, sino también incrementar la confianza en la capacidad para producir un cambio, es decir, puede ser que refuerce el sentido de eficacia (Hirsch, 1986). Ello intensifica la predisposición de los participantes a intentar cosas que antes consideraban imposibles (Rule, 1989, p. 157).

El impacto del movimiento social

En los países occidentales, el orden social actualmente vigente es, en parte, resultado de los cambios aportados por la acción de diversos movimientos sociales. Dificilmente podemos comprender la sociedad actual, y nuestro estilo de vida, sin tener en cuenta la acción del movimiento obrero o del movimiento feminista, entre otros. Algunos de los cambios sociales propugnados por estos movimientos han pasado a formar parte del orden establecido y, en consecuencia, actualmente vemos como “normales”, como de sentido común, cosas que no hace tanto tiempo parecían ridículas o extravagantes (sin ir más lejos, la igualdad de la mujer) (en el Cuadro 24.3 se muestra que los movimientos pueden cambiar nuestra percepción de la realidad). Este hecho resalta la importancia histórica de los movimientos sociales a la vez que pone de manifiesto su papel anticipador de cambios en el orden social, de mensajeros de la sociedad futura. En suma, como señala Sztompka (1995), los movimientos sociales son una de las fuerzas de cambio social más potentes de nuestra sociedad.

Cuadro 24.3: Cambio del sentido común.

Los movimientos sociales pueden ser conceptualizados como agentes de influencia social y persuasión. Ello nos permite establecer un vínculo teórico con una de las líneas de investigación más clásicas de la Psicología social y destacar una de las funciones principales de los movimientos, la de desafiar las interpretaciones dominantes sobre diversos aspectos de la realidad (Sabucedo, Grossi y Fernández, 1998, p. 166).

Los movimientos sociales más significativos, al menos en su fase emergente, pretenden una construcción alternativa de la realidad. Para ello, en primer lugar, todo movimiento cuestiona la situación existente (*movimientos reactivos*) y, en segundo lugar, algunos articulan proyectos alternativos (*movimientos proactivos*). La idea básica es que los movimientos construyen una visión alternativa de la realidad que se opone a la forma dominante de entenderla, es decir, a los discursos mantenidos desde el poder, a una forma determinada de definir e interpretar la realidad.

Hasta cierto punto, un movimiento existe cuando una parte de la sociedad considera que el sentido de determinadas normas sociales no puede darse por supuesto. Así, el movimiento crea una situación en la que se ha de escoger entre lo que hasta entonces se había aceptado o impuesto y lo que ahora se percibe como inaceptable. “Lo que puede haber sido impensable, ahora es pensable y posible” (Gusfield, 1994, pp. 99, 106). Este aspecto es decisivo para el cambio social, el individuo se vuelve consciente de unas conductas que anteriormente pasaban desapercibidas o, al menos, no formaban parte del debate público. Ahora, el individuo es consciente de que las cosas son como son, pero pueden ser de otra manera. En otras palabras, los movimientos tratan de crear un sentido común alternativo. Así, el feminismo cuando surgió representó una alternativa radical al sentido común y a la ideología dominante, hasta que al tener éxito parte de sus postulados pasaron a ser ellos mismos de sentido común (Sabucedo y cols., 1998, p. 168) y hoy todo el mundo ve como obvias (algunas de) sus reivindicaciones. Por ejemplo, hoy nos resulta incomprensible que hasta bien entrados los años ochenta las mujeres necesitaran la firma del padre o del marido para obtener el pasaporte o para abrir una cuenta en el banco. Pero en aquel momento la mayoría de personas todavía creía que el *lugar* de la mujer era la casa.

En síntesis, los movimientos sociales son creadores de significados, generadores de códigos culturales alternativos a los dominantes (Melucci, 2001, p. 20). Construyen un discurso que se opone al discurso dominante, ambos discursos entran en competición e intentan imponerse el uno sobre el otro. Tratan, en definitiva, de convertirse en sentido común.

Puede resultar sorprendente que sobre un tema tan trascendental como los factores de éxito de los movimientos sociales existan pocas investigaciones. El hecho no parece casual, dadas las dificultades intrínsecas que presenta el estudio del problema. Los cambios sociales que se producen son resultado de una pluralidad de factores relacionados tanto con un contexto social en sí mismo complejo como con un amplio conjunto de variables referentes al movimiento, por lo que resulta prácticamente imposible identificar con claridad factores causales y efectos. No obstante, intentaremos abordar esta cuestión planteándonos dos preguntas: ¿qué factores influyen en el éxito de los movimientos sociales? y ¿qué tipo de cambios sociales producen los movimientos?

24.10 Fase de madurez: organización y relación con el contexto

Factores que influyen en el éxito

En este apartado nos centraremos (a) en el efecto de las tácticas empleadas y de los objetivos, y (b) en los factores de oportunidad política. No trataremos otros factores de éxito ya aludidos anteriormente, como el apoyo de los medios de comunicación o la habilidad persuasiva de los activistas.

Algunos estudios han encontrado que tienen más éxito los movimientos que emplean tácticas coactivas o de tipo disruptivo, es decir, que producen una interrupción o entorpecimiento en el funcionamiento normal de la sociedad (por ejemplo, perturbar el orden público cortando el tráfico viario), debido a que incrementa el interés de las autoridades por dar solución a los problemas planteados por el movimiento. El empleo, en determinadas condiciones, de tácticas de tipo violento también ha demostrado ser efectivo, como demostró Gamson (1975, 1990). Ello es coherente con el hecho de que el uso de canales convencionales implica la posibilidad de disponer de recursos tales como dinero e influencia política, lo cual suele estar fuera del alcance de los movimientos sociales que, por el contrario, sí disponen de capacidad para la alteración del orden público, lo que les permite provocar una negociación en la que ofrecen el cese de su conducta violenta a cambio de acceder a sus reivindicaciones. Sin embargo, la conclusión de Gamson sobre la efectividad de la violencia debe ser matizada, ya que el éxito de las tácticas violentas se limita a épocas de crisis, tensión y agitación social (Goldstone, 1980).

Relacionado con este aspecto encontramos el *efecto del ala radical* (Barkan, 1979). Éste se produce cuando existen en el movimiento, junto a las organizaciones de carácter moderado, otras de tipo radical o incluso violento. Este hecho induce a las autoridades a negociar con los moderados, cuyos representantes quedan legitimados a los ojos del Estado, en contraste con los extremistas. De esta forma, puede ser que los moderados obtengan cambios que en otras circunstancias no hubieran sido posibles. El estudio de Gamson también señala que los movimientos con objetivos no excluyentes y únicos son más eficaces. Aquellos grupos que necesitan excluir a otros para alcanzar sus objetivos tienen menos probabilidades de éxito que otros cuyas metas no repercuten negativamente en otros colectivos (1990, pp. 41-44). Por el contrario, los objetivos no excluyentes abren la posibilidad de ser apoyados por otros grupos y aumentan la probabilidad de éxito. También los movimientos con un único objetivo tienden a obtener éxito con mayor frecuencia que los que persiguen múltiples objetivos. La diversidad de objetivos implica una dispersión de energías y recursos disponibles. Además, la variedad de objetivos puede provocar contradicciones entre éstos, o conflictos y divisiones en el propio grupo.

Por otra parte, las oportunidades políticas y, en general, la relación con las autoridades políticas, tienen repercusión sobre el éxito o fracaso en los resultados. La Teoría del proceso político ha insistido en la idea de que ciertos factores del entorno político abren oportunidades que, si son aprovechadas por los movimientos, pueden incidir notablemente en sus resultados.

Cambios que generan los movimientos



A pesar de que los movimientos acostumbran a ser minoritarios, pueden influir en la mayoría como se desprende de la historia, pero también de la Teoría, de las minorías activas (Moscovici, 1976). Las minorías, en nuestro caso los movimientos sociales, pueden influir sobre las mayorías “a condición de que dispongan de una solución de recambio coherente y se esfuercen activamente por hacerse visibles y ser reconocidas mediante un compromiso consistente”, tanto en el aspecto sincrónico (unánime) como en el diacrónico (persistente).

Los cambios que se pueden producir son de cuatro tipos:

- *Cambios políticos, económicos y legales:* por ejemplo, sin la acción de los movimientos sociales difícilmente pueden entenderse los cambios habidos a lo largo del siglo XX.
- *Cambios en las actitudes y en las conductas:* la acción colectiva tiene un papel relevante para generar cambios en la percepción colectiva de los problemas sociales. El caso más evidente de cambios en el estilo de vida de las personas que ha provocado un movimiento es el movimiento feminista. Éste ha cambiado los roles y el estilo de vida de mujeres y hombres.
- *Cambios en los propios activistas:* algunos activistas con más experiencia y entrenamiento se convierten en “formadores” de los nuevos activistas. Los activistas que abandonan un movimiento también pueden reciclar su experiencia de activismo en otros movimientos.
- *Cambios no deseados por el movimiento:* en ocasiones, en vez de conseguir el cambio deseado, los movimientos han tenido un efecto de rebote (*boomerang*), es decir, han despertado una fuerte movilización en contra de ellos. Así, la agitación política y la lucha por implantar cambios sociales a lo largo de la década de 1960, estimuló posteriormente en Estados Unidos una amplia reacción de signo conservador alentada por sectores del partido republicano.

24.11 Movimientos sociales: procesos psicosociales; la identidad social, cemento aglutinador del movimiento

Las reivindicaciones de los *nuevos movimientos sociales* han sido contempladas por diversos autores como una exigencia de identidad personal y colectiva en un mundo social burocratizado e impersonal. Para Turner (1994, p. 78) la protesta de los nuevos movimientos sociales constituía una reacción por “la falta de un sentido de dignidad personal o de un sentido claro de identidad” y expresaba también “una demanda a la sociedad para que proporcionara al individuo un sentido de valía personal —algo que ha sido tradicionalmente considerado un problema estrictamente individual y privado, y para mucha gente todavía lo es”. En una dirección parecida, Melucci

(1980, p. 218) afirma que “lo que las personas demandan de forma colectiva es el derecho a realizar su propia identidad: la posibilidad de disponer de su creatividad personal, su vida afectiva y su existencia biológica e interpersonal”; y Gamson (1992) señala que “la participación en movimientos sociales implica frecuentemente una forma de ensanchar la identidad personal de los participantes y les ofrece plenitud y autorrealización”.

Otros autores resaltan que la búsqueda de identidad de los nuevos movimientos sociales está relacionada con cierta confusión de identidad que caracteriza el complejo mundo contemporáneo. Señalan algunas razones en este sentido, como “la sobrecarga de información, confusión sobre la variada gama de ofertas disponibles y las dificultades del sistema al ofrecer a los ciudadanos opciones culturales que permitan el desarrollo de su identidad” (Johnston, Laraña y Gusfield, 1994, p. 12). En la actualidad, a juicio de Castells (1997), la complejidad y transformación constante que caracteriza nuestro mundo está haciendo más difícil la autonomía personal: “en todo el mundo las personas sufren una pérdida de control sobre sus vidas, sus entornos, sus puestos de trabajo, sus economías, sus gobiernos, sus países y, en definitiva, sobre su destino en la tierra” (p. 91). En este contexto, “el mundo se vuelve demasiado grande para ser controlado” y “la gente se ancla en lugares y recuerda su memoria histórica”. Y concluye que “por este motivo son tan importantes las identidades, y en definitiva, tan poderosas en esta estructura de poder en cambio constante, porque construyen intereses, valores y proyectos en torno a la experiencia y se niegan a disolverse” (pp. 89, 399). Todo ello hace pensar que los nuevos movimientos sociales están sirviendo de puntos de anclaje para las personas que, en el océano inestable de nuestro mundo, buscan la tierra firme de la identidad.

24.12 La construcción de la identidad colectiva

La identidad colectiva es condición inseparable de la acción y constituye la clave para comprender su dinámica (Melucci, 1989). Nos permite entender cómo de un grupo amplio y heterogéneo puede llegar a surgir una acción unida. En un principio, los estudiosos de los movimientos concentraron su atención en los aspectos negativos de la identidad, en las deficiencias personales que impulsaban a su búsqueda. Pero a partir de mediados de la década de 1980 existe un fuerte interés por el papel de la identidad colectiva y su proceso de construcción, al mismo tiempo que continúa la preocupación por los aspectos personales de la identidad (como la realización personal y la búsqueda de autonomía). La identidad colectiva desempeña diversas funciones en el movimiento: proporciona continuidad al movimiento a través del tiempo, una base común que permanece más allá de las acciones concretas; define las fronteras del movimiento, aclarando (tanto a los ojos de los miembros como a los de sus oponentes) quién está incluido en él y quién fuera; favorece el desarrollo de creencias comunes y es la clave de la solidaridad para emprender la acción colectiva (Diani, 1992).

La identidad colectiva se puede conceptualizar como *autodefinición grupal*, es decir, como definición que el grupo hace de sí mismo, teniendo en cuenta los rasgos compartidos que los miembros reconocen como propios de su grupo. Nos referimos así al grupo tal como es percibido por sus miembros, al referente cuando dicen *nosotros*. Ésta es la base de la definición de Hunt (1991, p. 1), quien denomina *identidad colectiva* a “las cualidades y características atribuidas a un grupo por los miembros del grupo”. Taylor (1989, p. 771) añade que la imagen que el grupo tiene de sí mismo “deriva de los intereses comunes y la solidaridad entre sus miembros”.

Castells (1997) destaca que la característica común que el grupo reconoce como propia se selecciona del acervo cultural en que viven los individuos y centra su definición en el hecho de

que la clave de la identidad es su capacidad para otorgar sentido a una colectividad. Este autor define la identidad colectiva como “el proceso de construcción de sentido en función de un atributo cultural, o de un conjunto relacionado de atributos culturales, al que se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido” (p. 28). El hecho de que la identidad permita construir y otorgar *sentido* equivale a decir que proporciona un *objetivo* a la colectividad (Castells, 1997, p. 29), que orienta su acción en una dirección determinada significativa para el grupo. La identidad requiere que los miembros de la colectividad puedan controlar su propia vida y orientarla hacia las metas de su grupo.

Melucci (1989) ofrece una definición de identidad colectiva que va más allá de las que hemos visto, pues no sólo hace referencia a la autodefinición que comparten los individuos y al hecho de que ésta permite orientar la acción, sino que añade un tercer elemento importante: la identidad colectiva es “una definición interactiva y compartida producida por varios individuos en interacción que están interesados por la orientación de su acción así como por el campo de oportunidades y límites en los que su acción tiene lugar” (p. 34). La particular importancia de este tercer elemento, que se refiere al campo de *posibilidades y límites de la acción*, estriba en que relaciona los dos elementos anteriores (autodefinición grupal y sentido) con la acción colectiva, y, más concretamente, con lo que el grupo considera que es o no factible, lo cual condicionará los fines y medios que establezca el movimiento.

En la identidad colectiva pueden distinguirse, según Melucci (1989, p. 35), tres *dimensiones* fundamentales: *cognitiva*, *interactiva* y *emocional*. Las tres están íntimamente entrelazadas y configuran un único proceso:

- *Cognitiva*: se refiere a la formulación de marcos cognitivos o definiciones compartidas de la situación en torno a los objetivos y medios de la acción.
- *Interactiva*: la formulación de marcos implica interacción entre los actores, que se comunican, negocian y toman decisiones.
- *Emocional*: hace referencia a las aportaciones emocionales que hacen los individuos, lo cual les permite “reconocerse a ellos mismos entre sí” como miembros de un mismo grupo.

Resulta difícil estudiar empíricamente la incidencia de estas tres dimensiones, dado que Melucci entiende la identidad colectiva como un proceso cambiante que se va fraguando a través de una continua interpretación e interrelación entre la identidad individual y la colectiva del grupo, y se presenta como “una especie de *objetivo en movimiento*, con definiciones cambiantes que predominan en los distintos períodos de su evolución” (Johnston, Laraña y Gusfield, 1994, p. 17).

24.13 Identidad, ideología y marcos colectivos

La *ideología* del movimiento social se puede ver como el discurso de la identidad, la forma en que un grupo oprimido, que se siente víctima de una injusticia, habla de sí mismo, explicando quién es y a quién representa (identidad), a quién acusa de su opresión (adversario) y qué visión del mundo o qué valor pretende implantar con su acción (objetivo). Este esquema también concuerda con los marcos de acción colectiva: existe la creencia de que un adversario está tratando injustamente a un grupo y éste proyecta una acción para corregir la situación de injusticia. En ambos casos puede verse la ideología como campo de batalla entre una identidad y un adversario, e igualmente es posible captar que el discurso ideológico, además de hacer referencia a la justificación de una acción, contiene una autodefinición o identidad del grupo que habla.

En sentido amplio, por *ideología* entendemos el conjunto de creencias y valores compartidos con los que los miembros del movimiento justifican su acción (Kuechler y Dalton, 1990, p. 374). Todavía más escuetamente, Killian (1964, p. 480) señala que la ideología de un movimiento consiste en “un sistema de valores y su justificación”. Estos valores tratan de apoyarse en valores establecidos que se consideran sagrados y, a la luz de ellos, se define la situación actual como injusta, se responsabiliza de ella a un enemigo y se exige una acción correctora que se concreta en diversos objetivos a conseguir (Turner y Killian, 1987, p. 262). De esta forma, el enemigo queda descalificado y la acción del movimiento resulta legitimada.

En los últimos años, los trabajos sobre movimientos utilizan más el término de *marcos de acción colectiva* en lugar del de ideología. Aunque ambos conceptos son similares en cuanto al contenido y a la finalidad, difieren en su envergadura y alcance.

- La *ideología* trata acerca de “sistemas completos de creencias en sus múltiples dimensiones, y sobre cómo las ideas se hallan relacionadas entre sí”, establece conexión con otras ideologías y con las circunstancias materiales de vida y realiza un detallado análisis de las raíces de los males de la situación presente.
- Los *marcos* tienen un ámbito más restringido, ya que tratan de interpretar acontecimientos particulares en un esquema más amplio de significado y se usan habitualmente en el discurso público, en los medios de comunicación y en las campañas de propaganda de los movimientos sociales (Oliver y Johnston, 2000, pp. 45-46).

La conexión entre ideología e identidad está implícita en diversas definiciones.

- En la definición de *identidad colectiva* encontramos una relación directa con la ideología, ya que la autodefinición que hace un grupo de sí mismo incluye “las características atribuidas al grupo por sus miembros”, entre las que se encuentran las creencias (Taylor 1989, p. 771).
- En otras definiciones de identidad colectiva también está implicada la ideología; así, para Castells (1997, pp. 28-29): la identidad otorga “un sentido”, “un objetivo” a realizar, mientras que para Melucci (1989, p. 34) da una “orientación de la acción” (Melucci, 1989, p. 34).

De hecho, si la identidad colectiva del movimiento estuviera desconectada de la ideología se convertiría en una mera pertenencia vacía de contenido. En realidad, el hecho de que la identidad y la ideología vayan referidas la una a la otra permite que ambas puedan adquirir un pleno significado (el recuadro sobre *Fundamentalismo islámico* ilustra cómo la ideología y la identidad están estrechamente relacionadas entre sí y cómo sus significados se entrelazan).

RECUADRO: Fundamentalismo islámico.

11-S, 11-M ó 7-J, tras el horror que nos invade y aturde, surge una pregunta: ¿por qué? Acercarnos a una respuesta requiere entender cómo se ven los islamistas a sí mismos, cómo nos ven a nosotros, sus enemigos, y cuál es su objetivo, qué quieren. Éstos son los tres principios (identidad, adversario, objetivo) sobre los que se construye un movimiento y pueden ayudarnos a comprender un poco más su lógica.

Los islamistas se ven a sí mismos como los verdaderos creyentes, como la auténtica vanguardia liberadora de la comunidad del Islam (*umma*): liberadora de Occidente y de sus comportamientos depravados y de los gobernantes musulmanes que no siguen correctamente el Islam. Para ellos, la cultura occidental está dominada por valores degenerados, como el materialismo, el hedonismo, la igualdad de la mujer o la aceptación de la homosexualidad (Sanmartín, 2005, pp. 31, 102). En suma, rechazan la modernización y la secularización de la sociedad porque destruyen el Islam auténtico y conducen a una visión superficial de la vida y sin convicciones espirituales (Alonso-Fernández, 2002, p. 39). Sienten que su identidad está amenazada y tratan de construir una identidad absoluta que les ofrezca seguridad.

Continúa



musulmana se ha convertido en la más barata a los ojos del mundo, y su riqueza se ha convertido en un botín en las manos de sus enemigos” (en Gunaratna, 2002, p. 90).

El islamismo es una ideología política que, en su versión radical, pretende establecer, haciendo uso del terrorismo, legitimado como guerra santa o *yihad*, una sociedad islámica. Se ha desarrollado en consonancia con corrientes rigoristas como el *wahhabismo* y el salafismo, que propugnan la restauración social del islam en toda su pureza, justificando el *yihadismo* contra infieles y apóstatas (Jordán, 2004, p. 23). Aunque pueda parecer sorprendente, la voluntad de pureza es un aspecto esencial para los grupos fundamentalistas. Señala Henry-Levi (1994, p. 104), hablando de los integristas en general, que su primer artículo de fe es su creencia en la comunidad perfecta, dominada por la armonía y la paz. En este sentido, les impulsa la esperanza y la ilusión. Y, paradójicamente, esta comunidad, que está en guerra contra todos, sueña con la unidad después de la purificación.

El auge del fundamentalismo islámico se puede explicar como el esfuerzo de aquellos que quieren volver a la tradición para hacer frente a un orden global que los excluye. En el océano de un mundo globalizado, el individuo se siente perdido y experimenta la necesidad de reafirmarse a sí mismo, de hallar el sentido de su vida buscando, como un ancla o referente, una identidad de resistencia ofrecida por la ideología fundamentalista (Castells, 2003). En esta línea, ya Erikson (1958) señaló que las épocas de crisis histórica tienden a generar en algunos individuos y grupos una sensación de crisis o amenaza a la propia identidad a la que reaccionan con una firme adhesión a ideas fundamentalistas. Éstas son particularmente atractivas, en dichos contextos, porque ofrecen a los individuos algo que intensamente desean: certeza y esperanza (Javaloy, Espelt y Rodríguez, 2005).

El núcleo de toda ideología es el sentido de injusticia. Entonces, la cuestión a responder es *¿cuándo una situación es percibida como injusta?* Una situación aparece como *injusta* cuando se define como una “desigualdad ilegítima”, y la desigualdad sólo será vista como ilegítima si se considera inmerecida y se atribuye a un agente externo la responsabilidad del trato injusto (Major, 1994). La atribución causal no tiene sólo efectos cognitivos (percepción de la injusticia), sino también de carácter emocional. Klandermans (1997, p. 18) ha destacado que si la situación se atribuye a causas impersonales (como una crisis económica) la reacción puede ser de miedo o apatía, pero si se atribuye a determinadas personas (el gobierno o un empresario), la reacción será de *ira*. Ello es importante porque esta emoción “genera energía que permite luchar contra la causa de la ira”. La injusticia conocida no tiende a provocar ni inactividad ni simples lamentos, sino rabia y decisión para corregirla. Cuando se percibe como arbitraria y evitable puede llegar a hacerse intolerable (Turner, 1964).

El fin de las ideologías y los nuevos movimientos

Desde que en 1960 Daniel Bell anunció en el título de un conocido libro *el fin de las ideologías*, esta cuestión ha sido recurrente en el debate sociológico. Diversos críticos consideraron, equivocadamente, que tal idea había sido refutada por el movimiento contestatario de los

sesenta cuando, señalan, hubo un nuevo incremento del radicalismo y de la ideología. Sin embargo, lo que afirmaba Bell era que se habían agotado las ideologías decimonónicas en tanto que sistemas intelectuales que reclaman la verdad para sus concepciones del mundo —esta afirmación sería especialmente válida para el marxismo. Además, como el propio Bell (1988, p. 479) puntualizó posteriormente, los movimientos de los sesenta fueron un fenómeno cultural —una reacción contra la racionalidad, contra la autoridad y la jerarquía—, pero no político. Laraña (1999, p. 467) también sostiene que la Teoría del fin de las ideologías estuvo bien pronosticada por lo que se refiere a las ideologías del pasado, y que las concepciones ideológicas de los nuevos movimientos representaron una clara ruptura con lo que hasta entonces se había considerado como ideología.

Los nuevos movimientos no aportan ideologías en sentido tradicional: “no siguen ningún grandioso plan con miras a una sociedad mejor; no profesan ninguna concepción marxista (o de cualquier otro signo)... La falta de una doctrina estricta sugiere que estos movimientos podrían denominarse *posideológicos*” (Kuechler y Dalton, 1990, p. 377). En la misma línea, se ha sugerido que los nuevos movimientos carecen de “proyecto histórico” o de “una visión omnicomprensiva” y que, más que ofrecer una perspectiva unificada o decir claramente lo que quieren, hablan de lo que no desean y formulan quejas y reivindicaciones muy diversas (Offe, 1990, p. 317). Igualmente, los movimientos recientes se apartan de la concepción tradicional de ideología porque no hablan en nombre de un grupo o una clase social determinados ni son revolucionarias ni pretenden implantar sus propuestas a través de un partido único, según el modelo marxista (Dalton, Kuechler y Bürklin, 1990, pp. 30 y ss.; Laraña, 1999, pp. 462 y ss.).

El hecho de que los nuevos movimientos marquen distancias con las ideologías del pasado (que pretendían abordar todas las cuestiones y ofrecer soluciones a todos los grandes problemas) no significa en absoluto que carezcan de planteamientos ideológicos. Los nuevos movimientos continúan cumpliendo la misión clásica de la ideología de hacer una crítica de la situación actual y justificar, en nombre de unos valores, ciertos objetivos por los que luchar. Y siguen haciéndolo contraponiendo una identidad, o “nosotros”, a un “ellos” al que responsabilizan de sus males (Kuechler y Dalton, 1990, p. 379). Sin embargo, la visión ideológica de los nuevos movimientos se manifiesta en forma de explicaciones limitadas, pluralismo ideológico, lucha por intereses comunes (no exclusivos de un grupo social), defensa de la autonomía de sus organizaciones y planteamiento de reformas limitadas en el marco de la sociedad civil, sin plantear un modelo coherente de nueva sociedad.

Contextos en que se crean los marcos colectivos

Los marcos interpretativos aparecen en la sociedad, de forma voluntaria o involuntaria, en el debate social que surge a través de las declaraciones de los políticos, discurso de los medios de comunicación, comunicados de diversos grupos sociales y discusiones del público en general. Así surgen actitudes y conjuntos de creencias que permiten interpretar los acontecimientos de una forma determinada. Más concretamente, los marcos de acción colectiva surgen en grupos que se sienten víctimas de alguna discriminación u otro tipo de injusticia y atribuyen al sistema la causa de su situación. La atribución de los propios problemas al sistema no es propia de los individuos aislados, los cuales tienden más bien a atribuirlos a fallos personales, de acuerdo con el denominado *error fundamental de atribución* (Ross, 1977). La atribución de las propias deficiencias al sistema tiende a ocurrir en “grupos homogéneos con intensa interacción” entre sus propios miembros (Ferree y Miller, 1985). Estos grupos más cohesionados, estrechamente

unidos a otros miembros, se sienten lo suficientemente fuertes como para desarrollar un sentido de eficacia en lugar de sucumbir a sentimientos de impotencia (Neal y Seeman, 1964), confiando en que la acción colectiva puede cambiar su destino.

Los grupos creadores de marcos han sido llamados *contextos de micromovilización* (McAdam, McCarthy y Zald, 1988, p. 709), ya que las relaciones interpersonales que en ellos se dan constituyen un germen de la comunicación a través de redes sociales que tendrá lugar durante el proceso de movilización. Los autores citados destacan que estos grupos pueden ser tanto de tipo político como de carácter religioso, o bien grupos pequeños de carácter informal. En los contextos de micromovilización y creación de marcos suele existir *proximidad física cotidiana* entre los miembros de un grupo social determinado, como cuando un grupo relativamente homogéneo desarrolla gran parte de su vida diaria en un área concreta donde tiene su lugar de residencia o de trabajo. La cercanía entre las personas aumenta la probabilidad de interacción, familiaridad y simpatía entre ellas, como han demostrado los estudios psicosociales sobre atracción interpersonal (p.e., Festinger, Schachter y Back, 1950). Consiguientemente, este escenario facilita la solidaridad y la afiliación a movimientos sociales (McAdam, 1982).

El compromiso con el movimiento social

Existe una fuerte relación entre la identidad colectiva y el compromiso con el movimiento social, hasta el punto que Snow y Oliver (1995, p. 581) los consideran las dos caras de una misma moneda.

Ello es coherente con la explicación de Erikson (1950) sobre cómo la búsqueda de identidad conduce al compromiso.



Erik Erikson (1902-1994)

Para Erikson toda la vida puede ser considerada como incesante *búsqueda de identidad* que se traduce en una lucha por encontrar el sentido de uno mismo como persona única con un papel significativo a realizar en la sociedad.

Esta búsqueda se enfoca durante la adolescencia o edad juvenil (el periodo de la llamada *crisis de identidad*), cuando el joven trata de autodefinirse buscando nuevas identificaciones que sustituyan a unas identificaciones infantiles (principalmente con los padres) que resultan ya inadecuadas. Sin embargo, el esfuerzo por conquistar la propia identidad es una tarea que dura toda la vida y que puede agudizarse en determinados momentos de conflicto en la edad adulta. La lucha por definir la propia identidad y encontrar una orientación o *sentido* a

la propia vida es, de acuerdo con Erikson (1959), un proceso que tiende a resolverse con una *decisión* en la que se opta por algunas personas (amigos, pareja), por una ocupación o por algún grupo o ideología con que uno desea identificarse. La decisión implica un *compromiso personal o ideológico* que se convierte en un elemento clave de la construcción de la propia identidad. El establecimiento de un compromiso estable contribuye, a su vez, a la estabilidad de la identidad que se ha construido. De lo anterior se deduce que existe una relación interactiva, o de retroalimentación, entre identificación y compromiso. La identificación conduce al compromiso y, a su vez, el compromiso estrecha el vínculo de identificación con las personas o grupos con las que uno se ha comprometido. El vínculo entre compromiso e identidad nos permite comprender mejor la fuerza del compromiso, ya que nos muestra que éste es una de las formas de manifestarse la fuerza de la identidad (Javaloy, Rodríguez y Espelt, 2001, p. 329).

Tipos de compromiso

Kanter (1972) distingue tres tipos de compromiso: instrumental, afectivo y moral.

- *Compromiso instrumental*: tiene un carácter utilitario y expresa una actitud calculadora hacia el movimiento, ya que los militantes son aquellos que consideran que los beneficios de participación sobrepasan a los costes. Por tanto, ello implica por parte del individuo una decisión racional acerca de la inversión de los propios recursos.
- *Compromiso afectivo o de cohesión*: se fundamenta en una actitud positiva hacia los restantes miembros del grupo que genera una vinculación emocional con ellos y favorece la emergencia de cohesión y solidaridad en el movimiento. Las recompensas que recibe el individuo surgen pues de los lazos afectivos y las relaciones interpersonales.
- *Compromiso moral*: se apoya en una congruencia ideológica con las creencias y valores del movimiento. El compromiso conduce a “acatar las normas, obedecer a la autoridad del grupo y prestar apoyo a sus valores” (p. 69). En el compromiso moral, los participantes actúan en virtud de un profundo convencimiento, su acatamiento de las normas no se basa en presiones externas, sino en la coincidencia con sus propios planteamientos personales.

Estos tres tipos de compromiso reflejan tipos puros inexistentes en la realidad. En la práctica encontramos compromisos *mixtos* que contienen, en mayor o menor grado, los tres factores diferentes que Kanter analiza en su tipología. Por eso, sería más adecuado considerar que, más que tipos de compromiso, son tres componentes del compromiso.

En el ámbito del *compromiso organizativo*, Meyer y Allen (1991) han distinguido tres componentes: los dos primeros son *instrumentales* y se refieren a las fuerzas de carácter positivo y negativo que vinculan al individuo con la organización, ya sea a través del fomento en él de una actitud positiva y una mayor dedicación, ya sea, simplemente, por medio de la disuasión. El tercer componente es el *compromiso normativo*, implica lealtad hacia la organización, una especie de sentimiento de obligación moral que impulsa a permanecer en ella y a no abandonarla. Este componente (similar al compromiso moral que hemos visto en Kanter) queda reforzado por los lazos existentes con los compañeros de trabajo y por el vínculo que adquiere el individuo con la organización cuando ha participado en sus decisiones. Llevar mucho tiempo trabajando en la organización refuerza también el vínculo con ésta y favorece a la vez el *compromiso de continuidad*.

Klandermans (1997, pp. 30-33) ha aplicado el modelo de Meyer y Allen a las organizaciones del movimiento. Enfatiza la importancia del *compromiso instrumental* señalando que cuanto más positivas son las relaciones de intercambio (los beneficios superan a los costes), mayor será el compromiso afectivo del individuo con el movimiento. Con respecto al *compromiso normativo*, considera que este tipo de compromiso, resultado de la adquisición de valores y creencias congruentes con los de la organización, tiene especial importancia en las organizaciones de movimientos sociales porque “la ideología, las creencias y los valores son elementos vitales en cualquier organización de movimiento, y los sentimientos de responsabilidad u obligación moral juegan un papel crucial para determinar la participación en el movimiento, especialmente cuando se llega a formas duraderas de participación”.

Identidad y compromiso total

El camino de la identidad conduce al compromiso, en mayor o menor grado. Al final del camino, está el *compromiso total*. ¿Cómo son los movimientos y las personas que llegan hasta el final? ¿Cómo es la ideología de estos grupos? ¿Por qué se puede llegar a estar dispuesto a matar y a morir por el movimiento? Nos centraremos en el caso de las organizaciones terroristas y de las graves consecuencias que pueden derivar del compromiso completo con el grupo (la despersonalización total de uno mismo y la deshumanización de los demás), siguiendo el trabajo de Javaloy, Rodríguez y Espelt (2001, pp. 331-342).

El grado de identificación del individuo con el movimiento varía en un *continuum* que va desde el extremo en que la conducta se halla totalmente orientada por la identidad personal y por intereses particulares (*bajo compromiso*) hasta el extremo opuesto de una conducta totalmente orientada por la identidad social, despersonalizada, y guiada por intereses puramente grupales (*compromiso total*). En los casos de compromiso bajo o moderado, el individuo desarrolla una conducta predominantemente instrumental y está más interesado por servirse del movimiento y obtener recompensas que por satisfacer las metas del movimiento. Cuando el compromiso es alto, puede llegar a conductas totalmente desinteresadas (altruistas) y su compromiso es de tipo moral e implica una congruencia ideológica entre los intereses personales y los valores del movimiento (Zurcher-Snow, 1981).

No todos los movimientos demandan el mismo grado de compromiso, sino que también existe un *continuum* en cuanto al grado de compromiso requerido por los movimientos (Zurcher y Snow, 1981, p. 240). Próximos al extremo de bajo compromiso, o en una posición intermedia, se hallarían los movimientos de reforma, que suelen pedir una participación periódica y ser poco exigentes en lo que se refiere a la vida cotidiana de los miembros. Cercanos al otro extremo del *continuum*, existen movimientos mucho más exigentes que tienden a acaparar a la totalidad de la persona, como los grupos revolucionarios, muchos movimientos comunales, o sectas como *Hare Krishna* o *Moon* (Turner y Killian, 1987).

Estos movimientos son *exclusivistas* o *totalitarios*, pues pretenden un control exclusivo sobre la totalidad de la vida de cada uno de los miembros para sus propios fines y también se denominan “avariciosos” o “voraces” (Coser, 1974). Estos últimos movimientos presentan ciertos rasgos básicos como exigir una adhesión absoluta de sus miembros y lealtad incondicional, aflojar o suprimir cualquier vínculo que podría generar conflicto con los objetivos colectivos y presentar la visión del grupo como única e indiscutible. Los movimientos que exigen un compromiso total suelen requerir también una *conversión*, es decir, un “cambio

completo, fundamental y auténtico, de los valores anteriores, actitudes y creencias” (Turner y Killian, 1987, p. 340). Se han estudiado las tácticas que fomentan este tipo de movimientos para conseguir el compromiso o adhesión incondicional, como los rituales y la fuerte reglamentación de la conducta. Un intento de reducir o suprimir los vínculos con el exterior se traduce en tácticas tales como extremar el *mantenimiento de los límites* o bien la llamada táctica de *quemar los puentes*. Mantener los límites entre el movimiento y el exterior es una preocupación de cualquier movimiento para preservar la identidad colectiva de los miembros y la ideología, pero se manifiesta más cuando los movimientos se radicalizan y puede conducir a un aislamiento del grupo de la influencia exterior, como ocurre en algunas sectas totalitarias y en las organizaciones terroristas (Javaloy, 1988; Della Porta, 1998).

24.14 Organizaciones clandestinas o terroristas

La explicación tradicional de que las personas que se implican en organizaciones terroristas sufren algún tipo de enfermedad mental o trastorno de la personalidad no se ha podido demostrar empíricamente (De la Corte, 2006; Della Porta, 1998). Actualmente, se considera que las organizaciones clandestinas o terroristas deben ser estudiadas ante todo como “grupos ideológicos” marcados por el compromiso total, grupos que desarrollan actividades criminales no porque sus miembros estén mentalmente desequilibrados o “sedientos de sangre”, sino debido a la identificación con una ideología que se lo exige (Della Porta, 1998, pp. 230, 234). A continuación, a partir del trabajo de Della Porta (basado principalmente en estudios europeos sobre las Brigadas Rojas, IRA y la *Baader-Meinhof*), analizaremos tres aspectos que, desde la perspectiva de la identidad social, ofrecen especial interés: la identificación de los activistas con el grupo, que les exige el compromiso total y la despersonalización; los fuertes lazos de amistad que entre ellos se establecen; y la ideología y autodefinición del grupo.

Compromiso total y despersonalización

Della Porta (1998) considera que las organizaciones terroristas se ajustan al modelo de “instituciones avariciosas” de Coser (1974), que exigen el *compromiso total*, y destaca reiteradamente la similitud de ciertas características básicas de los grupos terroristas con las que se observan en los estudios sobre sectas (Lofland y Stark, 1965). La lealtad exclusiva al grupo, por encima de cualquier obligación externa, se fomenta por procedimientos muy diversos, como los incentivos negativos, amenazas de castigo para quien no cumpla las normas, especialmente para los traidores. La organización trata de controlar la conducta de los miembros y, para ello, desarrolla sistemas de reglas (por ejemplo, “manuales de guerrilla urbana”) que aspiran a dominar la vida privada de los activistas y exige cortar los lazos externos, tanto materiales como afectivos. De esta forma, se genera poco a poco una dependencia progresiva del grupo y una disminución del sentido de responsabilidad individual que culmina en una “pérdida de identidad individual” (Passerini), con la consiguiente ganancia de identidad social propia de la *despersonalización* (Turner, 1987).

La exigencia de compromiso total es resultado de un proceso de presión creciente de la organización sobre los miembros: a partir de pequeños compromisos (como repartir panfletos), se va aumentando el número y riesgo de las acciones encomendadas hasta llegar a exigirles un “compromiso las veinticuatro horas al día”, sin que exista tiempo para reflexionar sobre

los delitos cometidos. A pesar de la importancia de estas presiones externas, la organización es consciente de que el incentivo más eficaz debe tener un carácter positivo y consiste en fomentar el compromiso moral identificándose con los valores del grupo.

Fuertes lazos de amistad

Son numerosos los estudios sobre movimientos sociales que han puesto de relieve la importancia de los *lazos afectivos* y las relaciones de amistad tanto en las redes de captación de nuevos miembros como en el seno del movimiento. Estas relaciones son particularmente intensas en las organizaciones clandestinas, que las fomentan. Se trata de relaciones que, además de constituir un poderoso incentivo, desarrollan una fuerte cohesión grupal, necesaria en grupos que se mueven en un ambiente hostil, y garantizan el secretismo y el aislamiento de este tipo de organizaciones. De esta forma surge la denominada *Psicología de los grupos pequeños, radicales e ilegales* (Crenshaw, 1986), que es el contexto en que los nuevos miembros se van resocializando y van incorporando los valores del grupo.

Los lazos amistosos existentes en la organización son a menudo una prolongación de los que existían en la adolescencia, ya que el reclutamiento suele tener lugar en contactos cara a cara, por razones de seguridad, y se amplía a personas que son de plena confianza, como ocurre con los que pertenecen al mismo grupo de amigos. Algunas organizaciones terroristas, como es el caso de las Brigadas Rojas, fueron fundadas por camarillas de amigos (Franceschini y cols., 1988). En el seno del grupo van desarrollándose las relaciones afectivas, potenciadas por la supresión de relaciones con personas ajenas, de forma que llega a equipararse la lealtad creciente hacia los compañeros con la fidelidad cada vez mayor a las directrices de la organización. El resultado de ello es que los que al principio sostenían posiciones políticas moderadas van radicalizando su postura.

La intensidad de los lazos afectivos entre activistas es refrendada por Della Porta, que cita a autores que hablan de que la organización clandestina llega a convertirse en “un sustitutivo funcional de la familia” (Moyano), como ocurre con muchas sectas, y que los militantes se hallan tan inmersos en el grupo que creen que ya ni es posible vivir fuera de él ni merece la pena (Passerini). Los procesos de identificación con los compañeros y la ideología parecen reflejar el hecho de que los militantes de grupos radicales suelen ser jóvenes y, de acuerdo con la teoría de Erikson antes expuesta, para ellos el compromiso ideológico puede ser una forma de resolver su “búsqueda de identidad”.

Grupos ideológicos, comunidades cerradas de “elegidos”

Las organizaciones clandestinas, en tanto que grupos ideológicos, muestran de forma particular ciertos rasgos también presentes en otros movimientos: convertirse en “mundos en sí mismos”, con su propia ideología, identidad colectiva y cultura (McAdam, 1994, p. 54); formar “una comunidad idealizada, que encarna la visión alternativa del movimiento” y construir una ideología con una imagen dicotómica del mundo (Killian, 1964) y con un “sistema cerrado de pensamiento” de tipo dogmático (Hogg y Abrams, 1986, p. 83). El radicalismo de las organizaciones clandestinas, junto con las condiciones de alto riesgo, acentúa la tendencia al dogmatismo y la necesidad de “certeza” en la propia visión (Gerlach y Hine, 1970).

Sería cognitivamente disonante vivir arriesgando la vida por unas ideas dudosas. Las ideas son abstractas, poderosas e “impermeables” a los argumentos externos, con lo que se refuerza el compromiso total. La confrontación total en la relación endogrupo-exogrupo queda refleja-

da en las organizaciones clandestinas en la percepción de dos imágenes extremas: el exogrupo como “enemigo absoluto” y el endogrupo, concebido con una “autodefinición grandiosa” (Zwerman). La intensa fuerza de identificación con el propio grupo incrementa la distintividad positiva, creando una autoimagen idealizada de “vanguardia de las masas revolucionarias”, “faro de resistencia”, “luchadores por la libertad”, “élite” y “héroes”. La pequeñez del grupo favorece la creencia de tener el privilegio de pertenecer a una minoría de unos pocos “elegidos” (O’Toole, 1975). Della Porta señala que estas “concepciones aristocráticas de autoidentidad” se encuentran también en los estudios sobre otros grupos totalitarios como las sociedades secretas y las sectas. La tendencia de los movimientos a encerrarse en mundos aparte, unida al aliciente de pertenecer a un grupo cohesivo, puede hacer que el microcosmos de un movimiento radical se convierta en “un sustitutivo de la realidad” para algunos miembros (Turner y Killian, 1987, p. 339). Más en particular, en el caso de organizaciones clandestinas, su aislamiento del mundo exterior y la ausencia de canales externos de información tiende a conducir a una “pérdida de sentido de la realidad”.

De la despersonalización a la deshumanización: matar y morir

Cuando la fuerza de la identidad se acentúa hasta el extremo puede convertirse en un poder altamente destructivo, sobre todo si se llega a la despersonalización total de uno mismo y a la deshumanización de los demás. Si una persona se identifica totalmente con un grupo y su ideología, prescindirá de sus atributos personales y se autodefinirá exclusivamente como miembro del grupo. No sólo estará dispuesta a renunciar a sus intereses personales, a cooperar con el grupo de forma altruista y a sacrificarse por él, sino que estará dispuesta a morir por él. Es el caso del llamado *verdadero creyente* (Hoffer, 1951), descrito como un hombre que “debe haberse despojado de su identidad individual y distinta. Debe dejar de ser Jorge, Hans, Iván o Tadao, un ser humano con una existencia deslindada por el nacimiento y por la muerte. La forma más drástica de lograr este fin es la asimilación completa del individuo en una colectividad... Cuando se le pregunta quién es, su respuesta automática es que él es un alemán, un ruso, un japonés, un cristiano, un musulmán, un miembro de cierta tribu o familia. Él mismo no tiene finalidad alguna, ni tarea ni destino fuera de su colectividad; y, mientras esta colectividad viva, él no puede realmente morir” (p. 77).

Cuando el individuo renuncia a sus atributos personales, tiende a *deshumanizarse*, es decir, a renunciar también a sus sentimientos personales, a todo pensamiento crítico, a su capacidad para decidir, e incluso a su autoestima personal, que queda sustituida por la autoestima colectiva, es decir, por el orgullo de pertenecer a una determinada colectividad. Algunos grupos radicales y sectas refuerzan y consideran ejemplar esta actitud que puede conducir al “heroísmo” y al “martirio” (véase el recuadro sobre *Fanatismo kamikaze* para analizar uno de sus ejemplos más actuales y que más tragedias ocasiona). Pero el aspecto más dramático de este hombre-categoría, totalmente fundido con el grupo, no es su disposición a morir, sino que también es capaz de matar. Se ha destacado que, cuando un movimiento radical lucha por un “ideal heroico”, el grupo trata de “hacer aceptables el sufrimiento y el martirio”, trasladándolos a la esfera de la posibilidad inmediata. Una vez que los miembros se han hecho insensibles al sufrimiento, su concepción de la relación entre el agresor y la víctima se hace impersonal, y la brutalidad llega a ser moralmente neutral”. La deshumanización de uno mismo tiende a desembocar en un trato deshumanizado hacia los demás.

RECUADRO: Fanatismo kamikaze.

“Mañana seremos mártires”, declara un joven voluntario con satisfacción mirando directamente a la cámara en un vídeo de la organización *Hamas* editado la víspera de su misión suicida. Y añade: “sólo los creyentes saben lo que esto significa. Amo el martirio” (Hassan, 2002). Ante tal escena un escalofrío nos atraviesa mientras nos preguntamos qué impulsa a un joven a inmolarsse, sembrando el caos entre sus enemigos en nombre de su dios o su Patria.



Odio, rabia, frustración o venganza son el tipo de motivaciones en que pensamos cuando queremos comprender el por qué de sus acciones. Sin estas emociones negativas no podemos comprender sus motivaciones, pero sólo con ellas obtenemos una imagen distorsionada de las razones que hacen que algunos jóvenes tomen tal decisión.

Para intentar comprender el por qué, necesitamos ver que la persona fanatizada tiene dos caras claramente opuestas, y que su cara “positiva” (su fe intensa, su compromiso, el idealismo con que se entrega a su causa) tiende a pasar desapercibida. Él refleja mejor que nadie la paradoja de la naturaleza humana, su capacidad para el heroísmo y para el crimen (Javaloy, 1984).

“El *fanatismo* es una pasión compartida por un valor absoluto que conduce a una acción intolerante o violenta en su nombre” (Javaloy, 2005, 1984). La definición hace referencia a tres componentes: afectivo (pasión compartida en grupo), cognitivo (absolutización de un valor) y comportamental (impulso a la acción). El fanatismo surge cuando se otorga un valor absoluto a las propias creencias. Partir de un valor absoluto implica relativizar o ver negativamente cualquier otro valor, construyendo un pensamiento simplificado y un discurso ideológico basado en categorías duales. El otro rasgo fundamental del fanatismo es el hecho de ser compartido socialmente, ya que se origina y desarrolla en el marco de un grupo. El endogrupo es considerado expresión del bien absoluto (o “comunidad de elegidos”) y el exogrupo es percibido como intrínsecamente perverso y es satanizado. El fanatismo puede ser entendido como una identidad social extrema: como una maximización de la identidad social y una minimización de la identidad personal. Entonces la despersonalización es extrema y el individuo se percibe tanto a sí mismo como a los demás sólo en función de la categoría a que pertenece. En estas condiciones, el exogrupo sufre una *exclusión moral*, sus miembros quedan fuera de las fronteras de los principios morales, con lo que cualquier acción contra ellos es posible (Opotow, 1990).

Para entender por qué un joven se convierte en *shaid* (mártir) es necesario tener en cuenta que en la cultura donde está inmerso existe la percepción de que su comunidad está siendo atacada y que sus acciones son sólo respuestas a la violencia de sus enemigos. Creen que libran una gran batalla (en el terrorismo religioso, el bien contra el mal) y, en consecuencia, para ellos sus acciones son legítimas y tienen un sentido moral. Sin duda, cada terrorista tiene la profunda convicción de que él mismo es la víctima, lo que le ayuda a justificar moralmente sus acciones (Juengensmeyer, 2000, pp. 13, 194). Entonces, el joven se socializa en una *cultura del martirio* que justifica moralmente la violencia y hace aceptable el autosacrificio. Los jóvenes se socializan por medio de la interiorización de modelos de martirio, principalmente a través de ejemplos de familiares o de gente cercana, que se presentan como ideal de vida. Así, se desarrolla en el individuo una estructuración cognitiva según la cual las normas que prohíben matar pierden su sentido moral y quedan desconectadas del sujeto en nombre de ideales religiosos que se consideran de orden superior (Sanmartín, 2005). La socialización es completada en el seno del grupo que practica el terrorismo suicida y es en ella donde el militante profundiza y radicaliza las prácticas aprendidas durante la infancia y adolescencia. El futuro mártir entra en la *célula de martirio* (generalmente compuesta por un líder y dos o tres jóvenes), donde se le otorga el grandioso nombre de *mártir viviente*, y le adoctrinan para el viaje final.

El paso previo para tratar de forma deshumanizada a los otros es despersonalizarlos. Sin embargo, la *despersonalización* (ver al otro como miembro de un grupo más que como ser único), es un proceso normal en las relaciones intergrupales que, en sí mismo, no tiene por qué llevar más allá del sentimiento de una menor simpatía por el exogrupo que por el endogrupo. Por su parte, la deshumanización se ha definido como un proceso que genera una conciencia disminuida de los atributos humanos de los otros y una pérdida de humanidad en las interacciones interpersonales. Las personas dejan de percibir a los otros como seres que tienen los mismos sentimientos, impulsos, pensamientos y propósitos en la vida, y por tanto eliminan psicológicamente cualquier cualidad humana que esos otros podrían compartir con ellos... En contraste con la relación humanizada (que puede caracterizarse como subjetiva, personal y emocional), “una relación deshumanizada es más objetiva, analítica y falta de respuesta empática o emocional” (Zimbardo y Maslach, 1977, p. 52).

Ello queda reflejado en la entrevista que Reinares (2001) hace a un miembro de ETA que había participado en el secuestro y posterior asesinato de un empresario vasco:

“No, no me acuerdo de ningún sentimiento ni de pena por la persona ni... ni nada de eso. Encima... ¡si no se le mata a la persona! Eso es muy curioso, igual es un poco difícil de entender, ¿no? Pero nosotros, por ejemplo, entonces estábamos matando al empresario. Incluso hoy, uno de ETA o lo que sea, cuando mata a un guardia civil, no le mata a la persona. Yo nunca vi allí a un hombre tampoco, así... no sé, de carne y hueso. Estás atacando a un símbolo o tal. Y en este caso, el símbolo podía ser o era... Pues éste era un gran empresario y en su taller estaban de huelga y tal; y entonces... pues justificas perfectamente. Y no eres capaz de ver... Yo creo que no eres capaz de ver la persona, ¿no? Y si no la ves, no sufres, claro”.

Fuente: Reinares (2001, p. 99).



Albert Bandura
Universidad de Stanford

La deshumanización puede ser una respuesta puramente pasiva ante el sufrimiento ajeno, pero ¿cuándo la deshumanización conduce a conductas violentas contra los miembros de otro grupo por el mero hecho de pertenecer a él? Los estudios nos señalan que los determinantes de estas conductas no son, ciertamente, ni la desinhibición de algún oscuro instinto ni la patología del agresor; ni siquiera se requiere una falta de conciencia moral por parte de los agresores. La raíz está más bien en *justificaciones ideológicas* según las cuales las leyes morales “deben” dejar de aplicarse con algunas personas en determinadas circunstancias (Opatow, 1990; Bandura, 1986, p. 414; Kelman, 1973, p. 49). Se produce entonces lo que Bandura (1994) denomina *desvinculación moral*.

Esas conductas violentas no son, pues, irracionales. Se trata de conductas conscientes, propositivas, efectuadas por personas fuertemente identificadas con sus grupos ideológicos que creen cumplir con su deber. Ciertamente, son actos de fanatismo, pero no se olvide que el fanático actúa en nombre de un ideal y que “es probablemente cierto que los mayores crímenes de la historia, en número y crueldad, no se han realizado esgrimiendo motivos egoístas, sino en nombre de los más elevados ideales” (Javaloy, 1984, p. 9). Ya hace muchos años que pudo detectarse la paradoja que encarna el individuo fanático: es un ser con fina conciencia ética (respecto a lo que él cree justo y noble) y radical inmoralidad para con el enemigo; muestra hipersensibilidad hacia su propia causa y hacia cualquier lamento de un correligionario, pero derriba con brutalidad a los que cree obstaculizan su camino (Kretschmer, 1921, p. 379). El fanático se comporta así, puramente en términos de su identidad social, concretada en la adhesión total a la ideología de su grupo, y trata al otro exclusivamente en términos de su pertenencia a un exogrupo.

Los estudios de Bandura han testificado el poder autodesinhibidor de la despersonalización y la deshumanización, especialmente cuando van acompañadas de etiquetas o estereotipos y otras justificaciones ideológicas. Este autor concluye que, igual que el hombre puede maltratar o incluso matar a un animal sin experimentar autorreproche alguno, “también es posible separar o amortiguar las autosanciones contra los malos tratos a personas, al despojarlas de sus cualidades humanas. Una vez deshumanizados, dejan de considerarse personas con sentimientos, esperanzas y preocupaciones, pasando a ser objetos infrahumanos...” (1987, p. 406).

La conclusión de Bandura es contundente: “las amenazas masivas al bienestar del hombre generalmente se producen por actos deliberados basados en principios y no por actos desinhibidos de impulsividad. El aspecto de mayor preocupación social debería ser el mecanismo de destructividad basada en principios ideológicos y, sin embargo, es el más ignorado en las teorías e investigaciones psicológicas” (1987, pp. 413-414), porque la justificación ideológica puede llegar a convertirse en lo que denominamos *inversión moral*, que consiste en subvertir los principios morales hasta el punto de que matar se convierta en motivo de orgullo y perdonar la vida en un crimen que produce remordimientos. Como relata Novales (1989), antiguo militante del GRAPO, “pensarlo ahora produce escalofríos; pero así éramos entonces. Con dieciocho o veinte años, atravesados por un ideal y dispuestos a cualquier sacrificio por él (...). Entre nosotros lo que estaba bien visto era precisamente eso: tener valor para matar. Los héroes eran aquellos que más habían matado; y los relatos de sus hazañas, los más esperados, los que más gozo causaban” (p. 175).

24.15 Resumen

El presente capítulo analiza las peculiaridades del comportamiento colectivo y los movimientos sociales en el mundo contemporáneo, es decir en la nueva sociedad que está generando la globalización.

En un amplio sentido, el campo del comportamiento colectivo hace referencia tanto sus formas más espontáneas, emocionales y efímeras como a formas de comportamiento planeado, duradero y organizado que se encuentran en los movimientos sociales. El primer aspecto mencionado se trata en la primera parte, junto con algunas características conceptuales y teóricas de tipo general. El segundo aspecto se aborda en las dos partes restantes.

Al inicio del capítulo, se analiza que la relación entre comportamiento colectivo y Psicología social es recíproca: la Psicología social necesita el comportamiento colectivo; el comportamiento colectivo necesita a la Psicología social. Mientras que la Psicología social pretende estudiar la interacción entre el individuo y la sociedad, el comportamiento colectivo se presenta como un relevante escenario de dicha relación.

A continuación, se explicita el concepto general de comportamiento colectivo, y se distingue entre el comportamiento colectivo más simple o espontáneo y las formas complejas y deliberadas de comportamiento colectivo: los movimientos sociales. En ambos casos, se establece una tipología. A continuación, se estudian las diferentes explicaciones teóricas sobre el comportamiento colectivo y los movimientos sociales. La primera parte concluye con el estudio de dos formas generales de comportamientos colectivo: la multitud y la masa.

La segunda parte aborda el problema de cómo emergen los movimientos sociales, sin perder de vista la movilización de sus participantes, cómo van desarrollándose mediante la organización interna y la relación con el contexto ambiental, y cómo llegan a ejercer un mayor impacto y generan cambios en la sociedad. Finalmente, se analizan los procesos psicosociales propios de los movimientos sociales: la identidad social, cemento aglutinador del movimiento, la construcción de la identidad colectiva, la formación de una ideología, la creación de marcos de acción colectiva y la adopción de un compromiso por parte de sus miembros.

Términos de glosario

Colectividad

Comportamiento colectivo

Fase de madurez del movimiento social

Masa

Movimiento social

Multitud

Procesos psicosociales del movimiento social

Lecturas y otros recursos recomendados

Calle, A. (2005). *Nuevos movimientos globales. Hacia la radicalidad democrática*. Madrid: Popular. Analiza el nuevo ciclo de movilizaciones encabezado por el mediáticamente llamado *movimiento antiglobalización*. Ofrece una visión de dichos movimientos desde múltiples perspectivas (política, cultural, organizacional), ejemplificadas con diversas experiencias ocurridas en nuestro país.

Javaloy, F., Rodríguez, A. y Espelt, E. (2001). *Comportamiento colectivo y movimientos sociales. Un enfoque psicosocial*. Madrid: Prentice Hall.

El rasgo más peculiar, y tal vez exclusivo, de esta obra es que presenta una visión completa del comportamiento colectivo y los movimientos sociales desde una perspectiva psicosocial, por lo que, a diferencia de la mirada sociológica, pone en primer plano al individuo en interacción con el movimiento social.

Laraña, E. y Gusfield, J. (Eds.) (1994). *Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad*. Madrid: CIS.

La calidad de este libro queda acreditada por el nombre de los dieciséis prestigiosos autores internacionales que firman capítulos sobre la cultura, la identidad colectiva, las formas de acción, la ideología, aspectos teóricos diversos, y, finalmente, varias monografías sobre contextos políticos en transformación (Unión Soviética, Hungría y España).

Memoria colectiva y social

Darío Páez, Elza Techio, José Marques y Carlos Martín Beristain

Objetivos

- Mostrar que la memoria colectiva se refiere a cómo los grupos sociales recuerdan, olvidan o se reapropian del conocimiento del pasado social. La memoria social se concibe como la influencia que ciertos factores sociales tienen en la memoria individual, o memoria en la sociedad (Jodelet, 1992).
- Hacer hincapié en que los psicólogos sociales se han interesado por ambos aspectos de la memoria, pero lo han hecho especialmente sobre este último.
- Prestar más atención a los estudios sobre memoria colectiva que a discusiones teóricas y mencionar aquellos estudios más cercanos a la cuestión de la memoria colectiva, como los que muestran la influencia de los años de formación de la identidad para el recuerdo de hechos históricos.
- Describir los trabajos recientes sobre la memoria social y colectiva, mostrar cómo han desvelado que el contenido de las representaciones sociales del pasado tienen una cierta estabilidad transcultural, lo que sugiere que existe una memoria colectiva compartida en diferentes sociedades y culturas.
- Defender que estas representaciones sociales del pasado tienen su relevancia, en la medida en que las memorias colectivas demuestran ejercer impacto sobre las actitudes frente a nuevos hechos. Esta memoria colectiva se integra en un síndrome cultural jerárquico o autoritario, así como se ancla en el aprendizaje colectivo.
- Aplicar, finalmente, los resultados de estos estudios a los procedimientos de reconciliación y afrontamiento del pasado, como el recuerdo de hechos de violencia colectiva y comisiones de la verdad.

25.1 Definición de memoria colectiva

La *memoria colectiva* es el conjunto de representaciones del pasado que un grupo produce, conserva, elabora y transmite a través de la interacción entre sus miembros (Jedlowski, 2000). No se trata sólo de las huellas que el pasado ha dejado en nuestro presente, sino de lo que se ha producido precisamente para ser transmitido a generaciones sucesivas. Las posibilidades tecnológicas actuales de fijar y conservar huellas del pasado amplían enormemente la memoria social —las hacen más extensas, pero también más fragmentadas y circunstanciales— al mismo tiempo que facilitan una mayor elaboración de los recuerdos, al igual que nuevas dinámicas de recuerdo y olvido, para cuya consideración no puede dejarse de lado el estudio de la distribución del poder.

No obstante, la actividad reconstructiva de la memoria tiene un límite que reside en la pluralidad de memorias colectivas que se hace presente en una sociedad, así como en la propia historiografía (Rosa, Belleli y Bakhurst, 2000; Jedlowski, 2000). Por ejemplo, a lo largo del capítulo se verá que, al margen de la posición política o de la cohorte generacional, la mayoría de entrevistados (en el estudio de Valencia y Páez, 1999) españoles en los 90 mencionaba la Guerra Civil Española como un evento colectivo importante durante el siglo XX.

Las memorias colectivas no son sólo representaciones, sino que son también actitudes prácticas, cognitivas y afectivas que prolongan de manera irreflexiva las experiencias pasadas en el presente, como una memoria-hábito. Estos hábitos, estas prácticas sociales que vinculan el pasado y el presente, son costumbres operativas, cognitivas y relacionales que constituyen el tejido de la continuidad de cada grupo social, entrelazado con un universo de significados, de valores y de narraciones que la dotan de cierto automatismo, de una cierta inercia. Por ejemplo, los hábitos de comer y cenar tan tarde en España, comparados con los de otros países europeos, incluyendo países similares en desarrollo social como Portugal, aparentemente se originaron después de la Guerra Civil. Debido a la precariedad del mercado laboral, parte de la población era pluriempleada, por lo que trabajaba en un empleo por la mañana y en otro por la tarde. Esto llevaba a comer no a mediodía, ni al final de la tarde, sino dos horas después. Pese al cambio de las condiciones de trabajo, esta tradición se mantiene y ha generado una polémica recientemente.

25.2 La memoria como proceso colectivo

La memoria colectiva no se reduce a la influencia de los factores sociales en la memoria individual, sino que postula la existencia de procesos psicológicos que superan la esfera individual e intersubjetiva de memoria. La memoria colectiva hace referencia a ese proceso interaccional y emergente del recuerdo de los grupos, naciones y etnias. La actividad de recordar compartida constituye un contexto que influirá sobre los antecedentes y efectos de la memoria individual (Páez, Valencia, Pennebaker, Rimé y Jodelet, 1998).

Cuadro 25.1: Individualismo metodológico y memoria colectiva.

Desde un punto de vista metateórico, es decir, filosófico y explicativo general, la aproximación a la memoria colectiva que se propone en este capítulo se opone al individualismo metodológico. El individualismo metodológico postula, desde una perspectiva individualista y racionalista, que los procesos psicosociales se explican mediante la simple suma de procesos y actos individuales; orientados a tomas de decisiones racionales; es decir, a minimizar los costes y a maximizar los beneficios.

Continúa

Frente al individualismo metodológico se alzan los análisis que presuponen constructos colectivos. Estos análisis se apoyan en tradiciones psicosociológicas que postulan que el todo es más que la simple suma de las partes. Para esta tradición existen hechos sociales que se autonomizan e imponen a los participantes, aunque se originen en sus interacciones o en el pasado histórico (Coleman, 1986). Esta perspectiva dentro de la Psicología social busca investigar cómo los procesos “macropsicológicos” producen efectos macroestructurales (sin necesidad de caer en entidades idealizadas como el “alma del pueblo” ni en la asignación de atributos psicológicos a entidades e instituciones).

Hablar de memoria colectiva no niega que la memoria sea una actividad típica de los individuos, pero postula que existen procesos psicológicos que trascienden lo individual, aun cuando se manifiesten a través de los individuos. Esta trascendencia se da tanto en el *input* o insumo, ya que estos procesos se apoyan en actividades compartidas y en estilos de pensar y sentir dados por las prácticas y símbolos sociales, como en el *output* o producto, ya que se cristalizan en productos culturales formales (normas y reglas institucionales) o informales (normas implícitas y de grupos). Por ejemplo, la memoria colectiva de la Segunda Guerra Mundial se ancla en valores culturales previos tanto en Rusia como en los países anglosajones, así como resulta en producciones artísticas, monumentos y conmemoraciones institucionales.

Los elementos fundamentales de los procesos colectivos son los siguientes:

- Estos procesos son externos y no ocurren sólo “dentro de la piel” de la persona, es decir, no son intrapsíquicos, y están distribuidos socialmente: el proceso de memoria se apoya en el procesamiento interpersonal de la información y la información que se recuerda está distribuida entre los miembros del grupo. La memoria colectiva es más que la simple suma de los recuerdos individuales, ya que, por ejemplo, en el caso de una familia, el recuerdo del pasado se distribuye y complementa entre los miembros: la madre recuerda las enfermedades, el padre las actividades deportivas, los hijos conflictos con los padres que estos minimizan.
- Son procesos que se apoyan en interacciones, instituciones y representaciones compartidas socialmente (Wertsch, 1991; Garzón y Rodríguez, 1989). La memoria es un proceso colectivo, ya que objetos semióticos (obras de arte, esculturas y similares) e instituciones (como prácticas consolidadas, actividades de conmemoración) sirven de mediación y apoyo externo al recuerdo y al olvido. El álbum de fotos de la familia, las cenas de año nuevo y navidad en sociedades occidentales, los cumpleaños, son actividades “institucionales” que soportan la memoria colectiva familiar, por ejemplo.
- Hay efectos globales del recuerdo y del olvido social que no tienen por qué depender directamente de actividades individuales conscientes y voluntarias. Por ejemplo, es frecuente que las personas no quieran hablar de temas que se consideran tabú en una familia o grupo social (por ejemplo, un hecho traumático considerado vergonzante o un conflicto entre miembros de la familia). Estos silencios y tabúes pueden marcar la biografía de los miembros de la familia, al margen de la voluntad e intención de sus miembros (Páez y cols., 1998).

Por otra parte, la memoria colectiva es un ejemplo de *constructo colectivo macropsicológico*. Un constructo macropsicológico es aquel que postula que las percepciones, emociones e intenciones de los individuos tienen un impacto social, más allá de lo interpersonal e individual. Dicho de otra forma, la agregación (suma o promedio) de las memorias, actitudes y las comunicaciones individuales en un grupo social constituye un indicador del clima social o colectivo. El siguiente ejemplo concreto ilustra esta perspectiva. En el siguiente modelo sobre

la Guerra Civil Española se proponen los siguientes constructos colectivos macropsicológicos, contruidos a partir de indicadores individuales agregados que se presentan en el Cuadro 25.2.

Cuadro 25.2: *Constructos colectivos macropsicológicos, contruidos a partir de indicadores individuales agregados propuestos en un modelo de memoria colectiva.*

Constructo individual	Constructo colectivo
Actitud ante la Guerra Civil Española	Media grupal (de la familia) de actitudes Indicador de la norma social
Hablar sobre la Guerra Civil Española	Media grupal de hablar Indicador de comunicación social
Recuerdo de hechos traumáticos	Media grupal de hechos traumáticos acaecidos al grupo en Guerra Civil Española y posguerra Indicador del trauma colectivo
Conocimiento de la Guerra Civil Española	Media de conocimiento sobre un hecho histórico Indicador de la memoria colectiva

En un estudio basado en estos constructos (Páez, Valencia, Basabe, Herranz y González, 2000), se encontró que las personas y familias en las que se hablaba y se recordaba más hechos traumáticos colectivos tenían una actitud más polarizada y mayor conocimiento sobre la Guerra Civil Española —esto ocurría tanto a escala individual, es decir, cuando se analizaban las respuestas de las personas, como colectiva, cuando se analizaban las medias de cada familia. La actitud más polarizada y negativa se asociaba sobre todo al recuerdo de hechos traumáticos.

Estudios cualitativos han mostrado que la mera transmisión de la experiencia de la violencia colectiva se asociaba a una evaluación negativa muy básica de la Guerra Civil Española, con poca elaboración. En cambio, el grado de conocimiento sobre la Guerra Civil Española, es decir, la memoria semántica sobre ella, dependía más de la frecuencia de hablar o compartir que del recuerdo de hechos. Esto no ocurría con la actitud ante el pasado, en la que influía la cantidad de hechos traumáticos recordados en la familia —a mayor recuerdo, actitud más negativa hacia este hecho (Páez y cols., 1998)—. Dicho de otra forma, un grado de trauma colectivo familiar fuerte se asociaba a una norma o actitud colectiva media polarizada sobre la Guerra Civil Española, mientras que un clima familiar con una media alta de comunicación social se asociaba a una memoria colectiva más rica y clara.

25.3 Procesos sociales de la memoria: actualidad de los postulados de Halbwachs



Maurice Halbwachs (1877-1945)

Buena parte de los estudios actuales confirman y refinan la obra clásica de Halbwachs sobre la memoria colectiva (1950/1968). Esta perspectiva sugiere que los procesos sociales son esenciales para la memoria y acentúan el carácter social y constructivo de la misma.

Según Halbwachs, en primer lugar, la memoria es social por sus contenidos: siempre recordamos un mundo en el que vive también otra gente. La memoria del pasado es una memoria de un pasado intersubjetivo, vivido con otras personas. Pillemer y White (1986, citado en Conway, 1990) pidieron a estudiantes de los últimos cursos de Universidad que recordaran episodios de su primer año en la Universidad y a estudiantes más jóvenes que recordaran hechos de su segundo año. La gran mayoría de dichos recuerdos hacían referencia a interacciones con otras personas. Los recuerdos en los que las personas se encontraban solas eran comparativamente raros. Éste y otros muchos ejemplos apoyan la hipótesis de Halbwachs del contenido social dominante de la memoria.

En segundo lugar, la memoria es social porque se apoya en los marcos sociales de referencia, como los rituales, ceremonias y eventos sociales (es común que se empleen algunos puntos temporales de referencia para recordar sucesos específicos o ciertas ceremonias sociales como, por ejemplo, los cumpleaños). Diferentes grupos sociales usan diferentes puntos de referencias temporales y espaciales para enmarcar los ciclos de meses y años. Bartlett (1932, 1973) planteaba algo similar cuando decía que las instituciones y las costumbres actúan como base esquemática para la memoria. Investigaciones sobre la memoria autobiográfica han confirmado que los ciclos sociales actúan como marco del recuerdo, por ejemplo se recuerdan más hechos autobiográficos al final de un ciclo de actividades sociales y los recuerdos lejanos se apoyan en las actividades sociales (Robinson, 1986) tales como el inicio del curso académico, las vacaciones, etc.

En tercer lugar, la memoria es social porque las personas tienen memorias compartidas y recordadas conjuntamente (Halbwachs, 1950/1968). De forma complementaria, la memoria es social o intersubjetiva porque se basa en el lenguaje y en la comunicación lingüística externa e interna con otros significativos (Halbwachs, 1950/1968): el recuerdo está fijado en forma de frases y en el lenguaje. El recordar se realiza bajo la forma de un “dar cuenta”, es una reevocación pública con funciones sociales importantes, al menos a nivel simbólico.

25.4 La comunicación interpersonal y la reevocación por los *mass media*

Varios estudios han encontrado que la reevocación pública (por ejemplo, con qué frecuencia las personas hablan sobre un suceso) es un buen predictor de la vivacidad del recuerdo de sucesos personales importantes y/o de las memorias sobre hechos colectivos, como el atentado del 11 de marzo de 2003 en Madrid, referido colectivamente como “el 11-M” (Páez, Rimé y Bellelli, 2007). Niveles altos de reacción emocional cuando se recuerdan sucesos pasados personalmente importantes se asocian a altos niveles de reevocación interna y pública en el pasado. En general, la activación emocional provocada por hechos individuales o colectivos se asocia indirectamente a un mayor recuerdo, a través de un refuerzo de comunicar con otros o de exponerse a los *mass media* (seguir la información por la TV, radio, periódicos, Internet).

Los sucesos emocionales generan procesos cognitivos (como la rumiación o pensamientos involuntarios repetidos sobre un hecho) e interpersonales de comunicación o compartir social. *El compartir social* se define como una reevocación del suceso emocional en un lenguaje socialmente compartido y como un proceso comunicativo o de diálogo en el que la experiencia emocional se comparte con otros (por lo menos a nivel simbólico, como cuando uno escribe una carta). Una serie de estudios muestran que el compartir social y los pensamientos

rumiativos son una respuesta modal ante sucesos tanto autobiográficos como colectivos y que estos procesos se producen en distintas culturas y grupos de edad (Rimé, 2005).

Confirma la importancia de la comunicación y del compartir social para la memoria de hechos colectivos el hallazgo de que el conocimiento sobre la Guerra Civil Española se asocia al nivel de verbalización: las personas que más hablan sobre la Guerra Civil Española dicen tener más conocimiento sobre ella (Páez y cols., 2000). Esta evidencia apoya el postulado de Halbwachs (1950/1968) sobre el rol central de la actividad social para mantener la memoria.

El compartir social de sucesos autobiográficos y colectivos (por ejemplo, hablar sobre la muerte inesperada del rey Balduino en Bélgica), más que ayudar a la asimilación del suceso en cuestión, reactiva las emociones (véase Rimé, 2005). Los estudios de Tesser sobre la polarización de actitudes inducidas por el pensamiento sugieren que reevaluar y argumentar sobre un suceso conflictivo y relevante provoca la polarización de las actitudes sociales (citado en Fiske y Taylor, 1991, p. 428). En esta línea, un alto nivel de compartir social de traumas colectivos pasados polariza las actitudes porque las personas reflexionan más sobre ellos y se esfuerzan por que el suceso se ajuste de manera más consistente a su identidad social, lo que tiene el efecto de reforzar las actitudes positivas o negativas hacia el pasado y la sociedad actual. La misma lógica se aplica a la repetición interna de un evento colectivo o la rumiación. Ambas contribuirán a mantener la memoria de un suceso negativo y provocarán una evaluación negativa del clima emocional actual de país.

Los datos de dos estudios con estudiantes de América (los Estados Unidos de Norteamérica, Chile, Perú, Venezuela, Argentina y México) y Europa (España e Inglaterra), confirman estas ideas en relación con los efectos de hablar y pensar sobre traumas colectivos (Páez y cols., 2000). En estos estudios se emplearon indicadores del clima emocional (compuesto de emociones positivas y negativas percibidas en el medio social y de evaluaciones generales sobre la situación económica, la confianza en las instituciones y el clima afectivo general). Asimismo, se hicieron preguntas referentes al nivel de compartir social (frecuencia de hablar), inhibición (frecuencia de evitar hablar), rumiación (pensamientos repetidos involuntarios) y reevaluación (pensar voluntariamente para entender lo ocurrido) sobre sucesos colectivos traumáticos.

En el primer estudio se indagaba sobre hechos como torturas y violencia sufridas por miembros de la familia. En el segundo estudio se preguntaba sobre los mismos hechos, independientemente de si el grupo de la persona había sufrido dichos eventos. En estos países y para sucesos sociopolíticos, como ser “víctimas de torturas, guerras, palizas”, y “haber tomado parte en guerras, huelgas o disturbios”, se encontró que enfrentarse a estos hechos hablando con otros y rumiando se relacionaba con una evaluación peor del clima del país (con la balanza o resta entre el clima positivo y el clima negativo) y, por el contrario, evitar hablar sobre estos hechos se relacionaba con una mejor evaluación del clima del país. Esto mostraba la eficacia ideológica o el papel estabilizador de la *espiral del silencio* que se da después de hechos colectivos traumáticos, es decir, de la frecuente tendencia a no hablar sobre hechos traumáticos recientes o amnesia voluntaria. Por ejemplo, en El Líbano actual apenas se habla y recuerda la reciente y sangrienta guerra civil.

A corto plazo, es decir en los países con un pasado cercano de violencia colectiva como los latinoamericanos, la reevaluación y el compartir social se relacionan con una visión más polarizada negativa de la sociedad. A corto plazo la inhibición o evitar hablar actúan como una forma efectiva de afrontar, vinculada a una visión más positiva de la sociedad actual. A largo plazo, es decir, en los países en los que la violencia colectiva era más distante, como el

caso de la Guerra Civil en España y la Guerra Mundial en Inglaterra y los Estados Unidos de Norteamérica, la reevaluación de sucesos pasados traumáticos se relacionaba con un punto de vista más positivo de la sociedad en el momento actual (Páez, Ruiz, Gailly, Kornblit, Wiesenfeld y Vidal, 1996).

Algo similar se encontró en el plano individual en relación con traumas vinculados a la Segunda Guerra Mundial en la investigación de Fairbank, Hasen y Fitterling (1991). Los veteranos de guerra que afrontaban el recuerdo de sus experiencias de guerra y prisión mediante la reevaluación o la reflexión voluntaria y enfatizaban los aspectos positivos del hecho traumático, mostraban mejor ajuste psicológico. Los que hablaban y expresaban mucho sus emociones como forma de afrontar el hecho traumático tenían peor ajuste. Es decir, tanto con respecto al ajuste emocional personal, como al clima emocional, hablar mucho y reevaluar poco se asocia a una balanza de afectos negativa.

25.5 Identidad colectiva y funciones sociales de las memorias

Según Halbwachs (1952, 1968), la memoria es social por sus funciones. Convertirse en miembro de un grupo significa asumir e internalizar las tradiciones comunes y las representaciones sociales compartidas por él, es decir, compartir la memoria colectiva del grupo. La memoria colectiva conduce a que la gente posea cierta identificación social, tanto a escala individual como social. Esto se asocia tanto a la retención de aspectos centrales para la identidad social de ciertos hechos, como a adaptar la imagen del pasado a las necesidades grupales actuales, así como a la construcción de una imagen positiva del pasado.

Cuadro 25.3: Retención de hechos del pasado colectivo y memorias destello.

Se denomina *memorias destello* al recuerdo claro y vívido del contexto en el que se recibió una noticia impactante, como el hecho de recordar quién, dónde y cómo se informó uno del asesinato del presidente Kennedy, o de la tentativa del golpe de Estado de Tejero en 1981 en España.

Por lo que respecta a la retención de hechos del pasado colectivo en función de la identidad social, diferentes investigaciones sobre las memorias destello han demostrado la influencia de la pertenencia grupal en el recuerdo:

- En una investigación sobre dichas memorias destello en Europa y los Estados Unidos de Norteamérica, muchas personas, tanto blancos de origen europeo como afroamericanos, tenían memorias vívidas del asesinato de Kennedy. Sin embargo, sólo un número reducido de blancos, frente a un número elevado de afroamericanos, tenían memorias vívidas sobre el asesinato de líderes negros (13% frente a 30% en el caso de M. L. King y 1% frente a 14% para Malcolm X).
- Sobre la renuncia al cargo de la Primera Ministra del Reino Unido, Margaret Thatcher, tenían un recuerdo detallado un número más alto de británicos que de norteamericanos y un número más alto de británicos de clase alta que de clase obrera.
- Sobre la muerte del presidente de Francia François Mitterand, más franceses que belgas francófonos tenían recuerdos más precisos (Páez, Rimé y Bellelli, 2007).

En todos estos casos es evidente que se recuerdan más los hechos centrales para la identidad social nacional y política. Así, por ejemplo, lo muestra uno de los ejemplos anteriores: la Primera Ministra del Reino Unido, Margaret Thatcher, era de tendencia conservadora, al igual que las actitudes políticas de la clase alta británica.

En cuanto a las funciones de la memoria para la identidad social, Halbwachs planteaba una *función global* y una *función grupal* de la memoria colectiva.

La función global

Es la función de nostalgia: la sociedad del pasado aparece como parte de una Edad de Oro y proporciona una imagen positiva y estable sobre la que añadir nuevos elementos. Por ejemplo, un fenómeno general es ver a las familias del pasado como más cohesivas, y la vida social como menos peligrosa. La investigación histórica ha puesto en entredicho el mito de la existencia de una familia trigeracional en Norteamérica, en la que los mayores convivían con las otras generaciones y eran apoyados por éstas (Hareven, 1994). Asimismo, la investigación histórica de Chesnais (1981) muestra que cada periodo es normalmente percibido como más peligroso que el pasado reciente, incluso cuando, desde un punto de vista objetivo, la violencia social disminuye.

En una línea similar, ilustra la función nostálgica de la memoria colectiva una encuesta sobre los sucesos mundiales más importantes recordados de los últimos cincuenta años. Schuman y Scott (1989) encontraron que la visión “buena” y “victoriosa” de la II Guerra Mundial estaba más presente en la generación de la guerra “sucía” de Vietnam, los que habían sido adolescentes y jóvenes en la época de la guerra, que entre los miembros de la propia generación de la II Guerra Mundial. La interpretación de los autores de este resultado encaja con la función nostálgica de la memoria colectiva planteada por Halbwachs: aquéllos de la generación de los años ‘60’ sienten nostalgia de un mundo social que no han vivido directamente, en contraste con su propia sociedad conflictiva (finales de los 60 y 70) y con la vivencia de una guerra más injusta y que provocaba el rechazo de fuertes grupos internos —además del rechazo internacional por ser, para muchos, una guerra colonial o imperialista—.

La función grupal

La segunda función social se relaciona con las necesidades e intereses actuales del grupo. Como dice Halbwachs (1950/1968), la memoria colectiva es esencialmente una reconstrucción del pasado en la que se adapta la imagen de los hechos antiguos a las creencias y necesidades grupales del presente. Por ejemplo, la población israelí ha retomado los sucesos que tuvieron lugar en Massada, una aislada rebelión armada contra los romanos que había sido ignorada por la tradición clásica judía, e interpretan este suceso como si fuera un precedente histórico del Tsahal, el actual ejército israelí. Esta reapropiación de la historia es también una forma de legitimar la nación israelí (Schwartz, Zeruzabel y Barnett, 1986).

Ross (1991) revisa distintas investigaciones que apoyan este punto de vista a escala individual. Por ejemplo, se encontró en los años setenta que afroamericanos “recordaban” votar por los demócratas antes de la década de los treinta, ya que era congruente con la actitud actual, basada en la experiencia posterior a los años treinta, en la que los demócratas, a partir de F. D. Roosevelt decidieron defender el Estado de Bienestar y políticas de igualdad racial. La realidad era que antes de la década de los treinta los afroamericanos votaban por los republicanos, ya que éste era el partido de Lincoln y buena parte de los demócratas del Sur eran racistas. Igualmente, se ha encontrado que las personas recuerdan haber actuado en el pasado de acuerdo con la actitud que se les acababa de persuadir: a los que se les había dicho que cepillarse los dientes era bueno, informaban de una cantidad mayor de lavarse los dientes que al grupo control, y la inversa ocurría con los que se les había persuadido de lo contrario. La conclusión general de

esta revisión es que el recuerdo correlaciona más positivamente con las actitudes actuales que con las posiciones reales o el juicio evaluativo pasado. La gente exagera la consistencia entre sus actitudes presentes y sus opiniones pasadas.

25.6 Memoria colectiva, cultura e identidad social: la insoportable levedad del pasado o una visión constructivista de la memoria colectiva

Los estudios antes citados sobre la influencia de la actitud actual en el contenido del recuerdo alimentan una visión presentista y reconstructiva tanto de la memoria colectiva, de la cultura, como de la identidad social (Rosa y cols., 2000). Desde esta visión, la cultura es algo cambiante y en permanente reinvencción. La identidad social (por ejemplo, étnica) es una construcción social contextual “oportunistista”, que se adapta a la coyuntura actual, y la memoria colectiva es la reconstrucción del pasado a partir de las necesidades del presente. Algunos elementos considerados centrales en la expresión de la identidad social pueden haber sido algo totalmente inventado en un momento de la historia, y se ha transmitido posteriormente como elementos de la tradición, en la que elementos arbitrarios se toman como un elemento esencial y estable. Por ejemplo, tanto el *kilt* escocés, como las ropas típicas bolivianas y guatemaltecas no tienen nada que ver con las costumbres ancestrales. Proviene del siglo XVII, ya sea porque se originaron por necesidades económicas en el caso escocés, ya sea porque fueron imposiciones de los gobernantes españoles. Aunque se puede interpretar estos hechos como una forma de adecuarse a la imposición, manteniendo al mismo tiempo una identidad propia, no deja de ser un ejemplo de la invención de la tradición (Trevor-Roper, 1983; Harris, 1997; Wilson, 1995).

Desde esta perspectiva, el contenido cultural y la memoria colectiva de la identidad no son elementos inmutables y sus contenidos son secundarios. Los atributos que sirven para definir la identidad son fluctuantes, y se construyen en el presente en relación con otros grupos. La identidad india, maya o vasca, por ejemplo, se forman en oposición a los ladinos o españoles. Desde esta perspectiva, se supone que aunque desaparezca el quiché o el euskera, aunque la mayor parte de las costumbres ancestrales hayan sido eliminadas o reabsorbidas por centenares de años de dominación, la identidad étnica seguiría subsistiendo como una estructura relacional de diferencias ellos-nosotros. Es decir, que esta existe en cuanto diferenciación relacional al margen de su contenido sustantivo.

En oposición a esta concepción presentista existe una segunda aproximación, que considera la cultura como un conjunto de costumbres y valores que se mantienen durante años, a pesar de los cambios. Según esta perspectiva, la identidad se apoya en atributos compartidos y no sólo en la diferenciación “oportunistista” con otros grupos, y se tiene una concepción de la memoria histórica en la que el pasado tiene un peso real, y no es sólo una reconstrucción arbitraria a partir del presente del pasado mítico (Aguilar, 1996). Es frecuente desde esta perspectiva hablar de cultura e identidad maya mesoamericana o quechua andina o española o vasca, como si durante cuatrocientos o quinientos años un conjunto de costumbres y valores permanecieran estables, y se presupone que este legado cultural influye en la conducta social contemporánea (Hervik, 1992).

**RECUADRO: La recuperación de la memoria colectiva
como estrategia de construcción de la identidad etnonacional.**

Esta segunda aproximación, en la medida en que acentúa la representación de la continuidad y la homogeneidad o, en su defecto, de pérdida y amenaza, se asocia al uso y recuperación de la etnohistoria o memoria colectiva.

Conviene llamar la atención sobre el hecho de que la recuperación de la memoria colectiva ha constituido en el pasado, y constituye en la actualidad, una estrategia de construcción de la identidad etnonacional. La recuperación de una historia informal, folclórica e ignorada ha sido uno de los momentos fundamentales de desarrollo de los movimientos etnonacionales (Smith, 1991). En la concepción étnica de la identidad nacional, la igualdad legal entre los miembros es reemplazada por la cultura.

Esta es la razón que explica que folcloristas y filólogos jueguen un papel importante en los primeros nacionalismos de Europa Oriental y Asia, así como en Europa Occidental.

- La etnografía y los filólogos han jugado un papel esencial en la construcción del movimiento nacionalista en el País Vasco. La Antropología, por ejemplo, “contribuyó a esencializar y enigmatizar lo vasco” y “la imaginación antropológica... reinventó lo vasco” (Zulaika, 1996, pp. 34-35).
- La historia, la Antropología y el Folclore son disciplinas que tienden a acumular conocimientos orientados a recuperar y reforzar una identidad nacional.
- Estos conocimientos son a veces reales y a veces falsos, como en el caso de los supuestos cuentos folclóricos “alemanes”, que en realidad fueron creados o inventados por los hermanos Grimm.
- En el contexto contemporáneo de América Latina, donde se asiste a un renacimiento de los movimientos indígenas, el trabajo de antropólogos e historiadores se valora en tanto que ayudan a identificar las continuidades históricas y los atributos esenciales de la “mayanidad” o “quechuidad” (Wilson, 1995).

La importancia de una memoria colectiva que incluya un mito de origen común y de homogeneidad cultural son elementos que están relacionados con el nacionalismo. Empíricamente, la identificación alta vasca se asociaba a hablar más sobre las tradiciones y costumbres del pasado, lo que confirma la relación entre identidad social y mantenimiento de la memoria del pasado grupal (Páez y cols., 2000).

25.7 Defensa de la identidad social y memoria colectiva en el caso español: un estudio correlacional

La identidad social se asocia no sólo al recuerdo del pasado, sino al recuerdo de un pasado positivo de la nación o grupo social. La defensa de la identidad social se refleja en un recuerdo selectivo de lo positivo, un olvido de los hechos negativos y una reconstrucción positivista del pasado del grupo étnico o nacional. Renan, uno de los ideólogos del nacionalismo francés, expuso esta idea de manera prístina hace más de cien años: “olvidar, incluso interpretar mal la historia, es un factor esencial en la formación de la nación...” (citado en Hobsbawm, 1998, p. 270).

El estudio que se describe a continuación confirma estas ideas. En él se analizó la relación entre identidad nacional española y vasca y memoria colectiva:

- La identidad nacional se midió a través de dos escalas de 5 puntos, de 1 (nada) a 5 (mucho).
- La memoria colectiva se examinó:
 - Primero, a través del recuerdo libre de eventos históricos que han tenido lugar en España durante el siglo XX.
 - Posteriormente, por medio de las preguntas sobre la frecuencia de hablar, actitud y conocimiento sobre el pasado.

Algunos de los resultados obtenidos se presentan en el Cuadro 25.4.

Cuadro 25.4: Resultados de la relación entre identificación y recuerdo.

Alta identificación con España	
Se asocia a menor recuerdo de eventos negativos	Se asocia a mayor recuerdo de eventos positivos
Es decir, a un menor recuerdo libre o mención de: • La Segunda República • El bombardeo de Gernika • La dictadura de Franco • El juicio de Burgos en 1970 • ETA y la violencia política • El asesinato de Carrero Blanco • La muerte de Franco • El final de la dictadura • La transición a la democracia • El Estatuto de Autonomía del País Vasco	Es decir, a un mayor recuerdo de: • La integración de España en la CEE • La restauración de la democracia

En resumen, las personas con alta identificación nacional (española) recuerdan más que los de baja identificación los eventos positivos (la reinstauración de la democracia o la entrada de España en Europa), pero menos hechos negativos (ETA y violencia política, la posguerra, la dictadura de Franco o el Bombardeo de Gernika).

Las personas de alta identificación étnica (específicamente identidad étnica-vasca) recuerdan más hechos positivos como el estatuto de autonomía y la transición a la democracia; pero, cuando se los compara con los de baja identificación étnica, recuerdan más eventos negativos como el juicio de Burgos de 1970. La identidad étnica se asocia al recuerdo de hechos positivos, y también, aunque en menor medida, al recuerdo de hechos negativos.

Sobre la frecuencia de hablar y pensar sobre hechos del pasado, por ejemplo:

- Tradiciones y costumbres
- La inmigración y emigración
- La vida familiar
- La Guerra Civil
- La posguerra

La identidad étnica-vasca se asoció con los procesos de mantener activo el hablar y el pensar sobre el pasado de su grupo, especialmente en lo referido a sus costumbres.

Por el contrario, la identidad nacional-española, que sí se asociaba al recuerdo de los usos y costumbres del pasado, hablaba menos o evitaba hablar, sobre aquellas cuestiones que constituyen una amenaza a la continuidad y homogeneidad de la *comunidad imaginada* nacional, como la emigración, o que son directamente negativas, como la Guerra Civil y la posguerra.

También se estudiaron los efectos del posicionamiento en el espectro político derecha-izquierda sobre el recuerdo. Se encontró que la posición política de izquierdas se asociaba:

- A un mayor recuerdo de sucesos positivos, como:
 - La Segunda República
 - El fin de la dictadura de Franco
 - El Estatuto de Autonomía del País Vasco

- A un mayor recuerdo de eventos negativos, como:
 - El bombardeo de Gernika
 - La dictadura de Franco
 - El juicio de Burgos de 1979
 - ETA y la violencia política

Finalmente, los participantes de izquierdas hablaban más, tenían una actitud más polarizada y consideraba más relevante la Guerra Civil Española.

A la vista de los resultados anteriores, está justificado concluir que se da un sesgo positivista de la memoria histórica de ambos tipos de identidades y que es más marcado en el caso español. El conocimiento de los usos y costumbres del pasado se asoció a una identidad nacional y étnica reforzada en nuestros datos:

- Tanto la identidad étnica vasquista como la nacional española se asociaron a los procesos de mantener activo el hablar y el pensar sobre el pasado de su grupo, especialmente sobre sus costumbres.
- La identidad nacional-española se vinculó con el “olvido” de eventos colectivos negativos y no sólo de los que eran centrales en el régimen de Franco, con una menor verbalización de cuestiones que suponen una amenaza para la continuidad del grupo (emigración) o directamente negativas (Guerra Civil y la posguerra).
- La identidad étnica-vasca se asoció con el recuerdo de eventos políticos referidos a luchas emblemáticas (juicio de Burgos de 1970) y a sucesos políticos relevantes (transición política y Estatuto de Autonomía).

Esta relación entre identidad y memoria también se manifestó en el posicionamiento político: los participantes con una orientación política de izquierdas recuerdan más sucesos relacionados con la dictadura que los de orientación política de derechas.

Estos datos son consistentes con lo que se ha encontrado que ocurría con los *mass media* nacionales. En estos medios de comunicación, los eventos negativos o traumáticos no se conmemoraban, aunque constituían la cuestión central de la situación. Por ejemplo, en un periódico típicamente representativo de la derecha, como el *ABC*, durante los años 1975-1978 no se mencionó la Guerra Civil Española en los editoriales, aunque sí en otras secciones. Durante el mismo periodo, otros periódicos, como *El País* (posición política de centro-izquierda), mencionaban la Guerra Civil Española con cierta frecuencia en sus editoriales, aunque hay que señalar que los aspectos más dramáticos y negativos de la guerra se silenciaban (Aguilar, 1996).

25.8 Generaciones, comunicación y memoria colectiva

El arqueólogo Assman afirma que se puede identificar una *memoria comunicativa*, que se basa en la experiencia generacional y se transmite a lo largo de tres generaciones (80-40 años), y que se diferencia de la memoria colectiva, fundamentada, más bien, en un conocimiento cultural más abstracto.

Desde el punto de vista de las representaciones sociales, las memorias comunicativas, en particular de conflictos y traumas colectivos, oponen representaciones opuestas de lo ocurrido:

- En el caso de los Estados Unidos de Norteamérica, la visión dominante de la Guerra Civil o de Secesión de los estados sureños se enfrentaba a la visión del Norte: los estados sureños

decían defender un estilo de vida, los del Norte aseguraban buscar el progreso y unidad de todos los estados y acabar con la esclavitud.

- Por su parte, la representación social de la Guerra Civil Española como “respuesta militar al alzamiento socialanarcocomunista que impuso un régimen de orden y progreso, defendiendo la nación en una cruzada”, se opone a la “del golpe ilegítimo fascista, que llevó a cabo una guerra colonial contra su propio pueblo e impuso una dictadura atrasada y sangrienta, estéril culturalmente y cuyo desarrollo económico se hizo sólo durante la segunda mitad, a remolque de Europa”.

Estas son representaciones polémicas, “enfrentadas”. Otras representaciones coexisten y son “emancipadas”. Un ejemplo clásico lo proporcionan las representaciones comunista y gaullista de la resistencia francesa, que si bien reivindicaban aspectos diferentes, coincidían en la visión épica y heroica de la lucha del pueblo francés y negaban el colaboracionismo de las masas francesas con el invasor nazi durante la II Guerra Mundial.

Finalmente, hay representaciones “consensuales”, aceptadas mayoritariamente, que se pueden considerar representaciones hegemónicas —veremos más adelante cómo hay una representación hegemónica eurocéntrica y anclada en la violencia política de la historia mundial—.

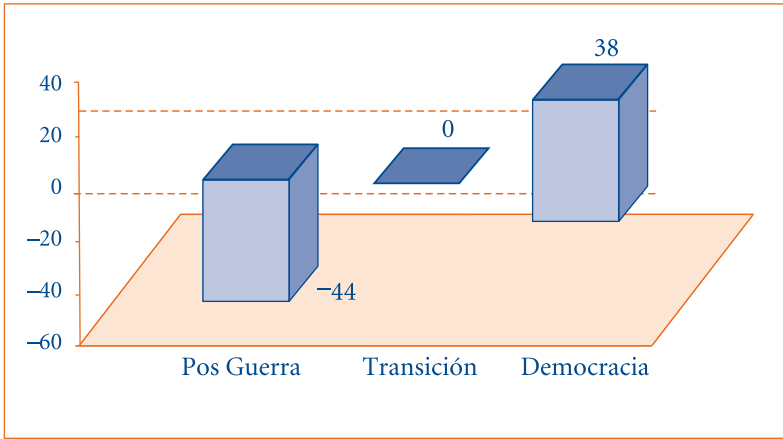
Dicho de otro modo, el paso de las memorias comunicativas a la memoria cultural o memoria abstracta basada en ritos, mitos y narraciones del pasado lejano es, en gran medida, resultado de la evolución de representaciones sociales polémicas hacia representaciones sociales emancipadas, es decir, que coexisten sin entrar en polémica abierta, para culminar después de tres generaciones en representaciones sociales hegemónicas (véase el Cuadro 25.5).

Cuadro 25.5: Paso de las memorias comunicativas a la memoria cultural o memoria abstracta.

Dinámica	Tipo de memoria	Característica	Tipo de Representación Social	Tipo de experiencia
Disenso, conflicto	Comunicativa	Vívida, memoria viva	Polémica	Directa u oral
Ê Ê	Generacional	Autobiográfica y conocimiento semántica	Polémica y/o emancipada	Directa o medios de comunicación
Consenso, reconciliación	Colectiva	Abstracta	Hegemónica	Indirecta, mediada, rituales

En el estudio antes descrito se compararon las repuestas sobre la Guerra Civil Española de la generación formada culturalmente en la posguerra civil, de la generación de la transición y de la democracia. Los mayores informaban de mayor conocimiento, de hablar más y de basar más su conocimiento de la Guerra Civil Española en la experiencia directa, como era de esperar. A pesar del conocimiento, experiencia directa y compartida, le atribuían menor sentido a la Guerra Civil Española ($M= 3,03$), probablemente como una forma de distanciarse y minimizar su importancia. Los jóvenes, sin embargo, percibían la Guerra Civil Española como más relevante y significativa ($M= 5,96$) (véase el Gráfico 25.1, en el que los valores son puntuaciones factoriales, de modo que cuanto más alta la puntuación, más sentido, más importante y más próxima se evalúa la Guerra Civil Española como evento histórico).

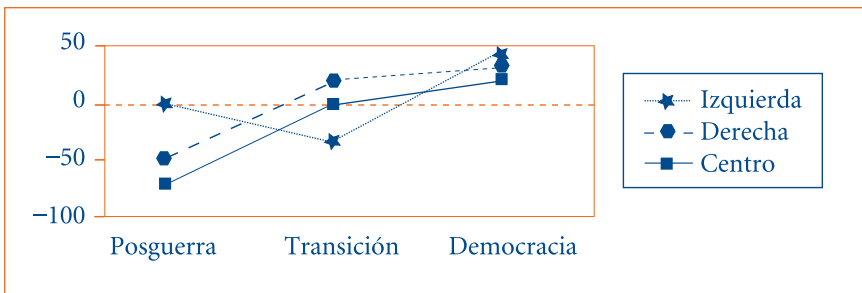
Gráfico 25.1: *Importancia y sentido de la Guerra Civil Española por generación.*



La nueva generación, formada en la democracia, hablaba menos sobre la Guerra Civil Española y obtenía su información más por profesores y *mass media* que las anteriores.

Hay una interacción interesante entre posición política y generación. Como ya se señaló, las personas ubicadas a la derecha del espectro político hablan menos sobre la Guerra Civil Española, comparten con el centro e izquierda una evaluación negativa de ella, aunque le asignan menos relevancia —les parece menos importante y significativa. Ahora bien estas diferencias son más fuertes en la generación de la posguerra. De hecho, en la generación más reciente lo que se da es una tendencia hacia una convergencia en la asignación de mayor relevancia, y esto ocurre en jóvenes de diversas posiciones políticas (véase el Gráfico 25.2; de nuevo hay que recordar que los valores son puntuaciones factoriales y cuanto mayor la relevancia mayor la puntuación).

Gráfico 25.2: *Relevancia de la Guerra Civil Española en función del posicionamiento político y generación.*



Este patrón de respuestas ilustra el paso de representaciones polémicas a emancipadas y potencialmente a hegemónicas —la evaluación de la Guerra Civil Española es homogéneamente negativa y los participantes jóvenes la mencionan como hecho importante al margen de su posición política—.

Estos resultados ilustran la evolución de una memoria comunicativa y generacional hacia una memoria colectiva. Las generaciones de los mayores y los de mediana edad afrontan el pasado negativo a partir del compartir social y hablan más, pero también parecen recurrir a la negación del significado e importancia o relevancia de la Guerra Civil Española. Las creencias y actitudes de las generaciones de los mayores son memorias compartidas, basadas en la experiencia directa y comunicación.



Podemos concluir que la cercanía al hecho traumático colectivo o a la Guerra Civil Española tiene efectos ambivalentes: mayor vivacidad de la experiencia pero mayor distanciamiento. En cambio, la tercera generación acepta más la relevancia del hecho —se muestra más abierta para generar una visión consensual y negativa—. Autores clásicos como el dramaturgo griego Esquilo aseguraron que el impacto de la guerra dura tres generaciones. De forma similar, Marañón postuló que se necesitan tres generaciones para “curar” una guerra civil. Nuestros datos confirman esta hipótesis. Finalmente, la actual polémica sobre la ley de reparación de las injusticias, antes denominada ley de Memoria Histórica, muestra cómo la tercera generación de nietos puede reactivar las representaciones polémicas cuando se trata de restituir derechos en un contexto de represión de la memoria de los vencidos que no ha permitido abordar esas cuestiones durante generaciones.

25.9 Defensa de la identidad social y memoria colectiva: un estudio experimental en España y Portugal

Una serie de investigaciones confirman cómo la identidad se refleja en una actividad selectiva de recuerdo (Baumeister y Hastings, 1997), y este resultado se vuelve a encontrar en una investigación experimental (Marques, Páez, Valencia y Vincze, 2006). En dicha investigación, realizada en Portugal y España:

- Los participantes escuchaban una historia.
- Transmitían luego esta historia por escrito a una segunda persona.
- Esta, a su vez, escribía un texto para una tercera.

Es importante señalar que los segundos y terceros participantes recibían tres versiones escritas y que la variable dependiente principal eran las versiones finales escritas por las personas en la última posición.

La historia narraba las atrocidades cometidas por una legión de colonos ibéricos sobre indios americanos en la época de la conquista. En una versión, la legión estaba compuesta

por españoles para los portugueses y por portugueses para los españoles (exogrupo) y había actuado en Uruguay, mientras que en la otra se trataba de portugueses para los portugueses o españoles para los españoles (endogrupo) y habían actuado en Brasil.

Un análisis del contenido de la versión de las últimas personas realizado por jueces ciegos confirmó que los participantes omitían, o reproducían menos, la información negativa cuando ésta se refería al endogrupo portugués que al exogrupo español. Se confirmó que:

- El paso de un agente de transmisión a otro aumentaba la nivelación u olvido.
- La retención o fidelidad era mayor cuando la historia era protagonizada por españoles.
- El agregado de información no presentada era mayor cuando la historia era referida al endogrupo.
- El contenido de la versión final reflejaba una visión más positiva del endogrupo.

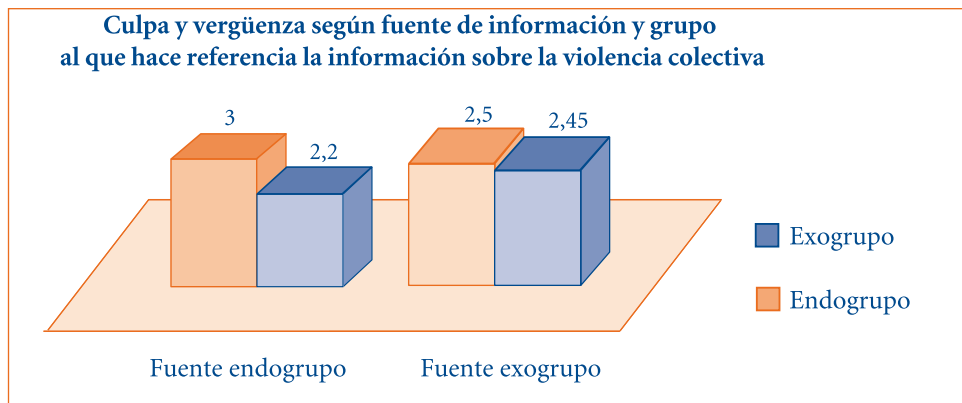
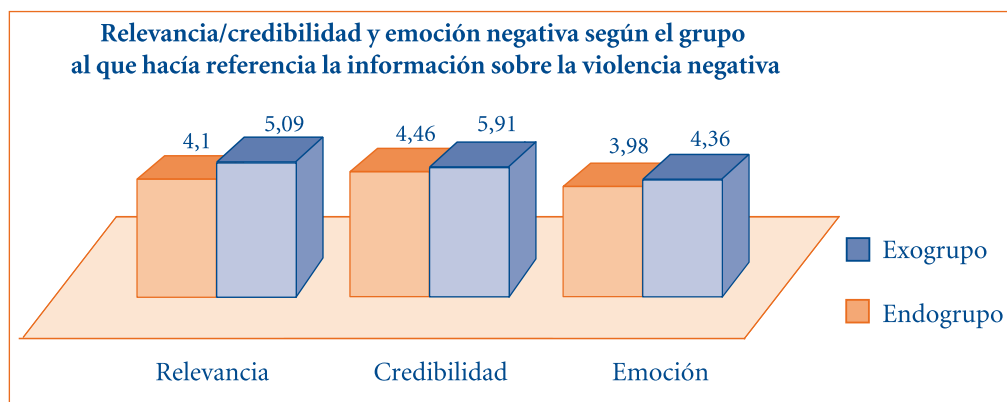
Por ejemplo, el porcentaje de presencia del tema masacre fue siete veces inferior en el endogrupo portugués que en el exogrupo español cuando los participantes eran portugueses. De igual modo, los temas positivos se retenían más cuando los protagonistas de la historia eran portugueses:

- Un 46 por cien mencionaba el Descubrimiento (tema positivo) de América en relación con portugueses y sólo un 26 por cien lo aplicaba a los españoles.
- Un 17 por cien mencionaba la colonización (tema positivo) en la condición endogrupo portugués frente a 0 por cien en la condición exogrupo español.
- En cambio, un 28 por cien mencionaba el tema de la Conquista (tema negativo) cuando los protagonistas eran españoles frente a un 9% cuando eran portugueses.

Este experimento sugiere que se construye una versión positiva de la historia del endogrupo (portugueses como descubridores menos violentos), mientras que se transmite una visión más exacta y negativa del exogrupo (españoles como conquistadores violentos). Resultados similares se encontraron con participantes españoles, con ciertos matices que describimos más adelante.

El contenido final reproducía la narrativa de los estereotipos culturales, del explorador portugués y del conquistador español, ya que incluso en la muestra española se mencionaba más la exploración y los descubrimientos cuando la información hacía referencia a los portugueses que a los españoles. Un 50% de participantes residente en el País Vasco mencionaban la colonización y un 56% el descubrimiento en el caso de la información sobre portugueses, 16 y 33% respectivamente para españoles y 53 y 17% para vascos. Finalmente, al igual que en los estudios sobre rumores, al final de la retransmisión sólo se retenía el 20-30% del contenido de la narración original —véase el Gráfico 25.5 (Marques y cols., 2006). En síntesis, se olvidaba una gran cantidad de información, la información que se retenía era congruente con los estereotipos culturales de la colonización portuguesa “blanca” y la “negra” conquista española.

No sólo el contenido de la narración final se veía afectado por quiénes eran los actores de la masacre y su pertenencia o no al grupo nacional. También lo eran las emociones y evaluaciones sobre la veracidad o credibilidad de la información, así como sobre la relevancia o importancia. Los participantes sentían más culpa y vergüenza, pero le atribuían menos relevancia, credibilidad e informaban de menos emociones negativas, cuando escuchaban, leían y recontaban las masacres perpetradas por miembros nacionales (véanse los Gráficos 25.3 y 25.4). Además creían más en la crítica al propio grupo y sentían más culpabilidad cuando la fuente era endogrupal (la Radio TV portuguesa para portugueses). Los participantes evaluaban la información como menos relevante en general cuando esta hacía referencia al grupo nacional.

Gráfico 25.3: Sentimientos de culpa y vergüenza en función de la naturaleza de la fuente.**Gráfico 25.4:** Relevancia y credibilidad de la información y emociones negativas.

Recuerdo, olvido y asimilación de violencias colectivas

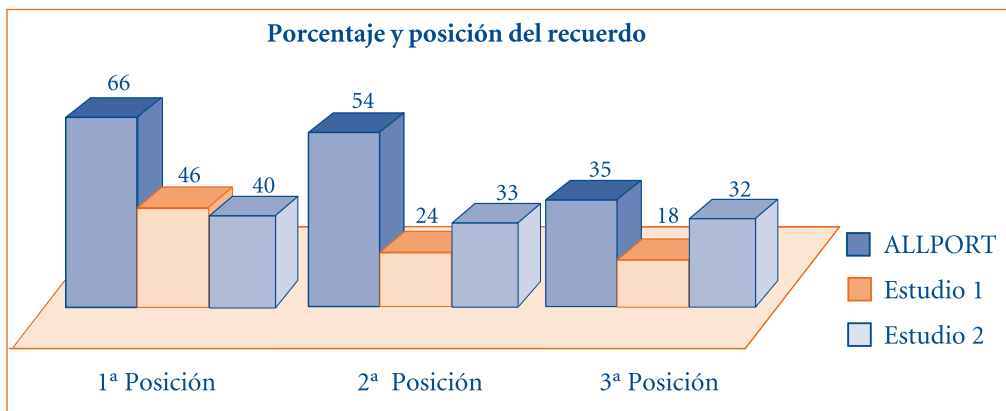
Como ya se señaló en un apartado anterior, sólo el 20-30% de la información original se mantiene en la tercera posición de la cadena de retransmisión de información, resultados similares a los estudios clásicos de Allport y Postman (véase el Gráfico 25.5). La posición se refiere al lugar de la persona en la transmisión de información. Como ya se señaló en un párrafo anterior, en la primera posición la persona recibía la información grabada, en la segunda posición recibía tres informes escritos por las anteriores, y en la tercera recibía tres escritos por las personas en la segunda posición.

Los resultados sugieren que el olvido, la reconstrucción y la asimilación son mayores en el endogrupo. Por otra parte:

- La percepción de mayor culpabilidad y vergüenza hacia los perpetradores ocurría cuando estos pertenecían a la misma nacionalidad y la fuente de la información era interna —por ejemplo, el impacto de los juicios alemanes de los 60 contra los nazis fue mayor que el de los juicios de Núremberg, realizados por los vencedores en la II Guerra Mundial, los Aliados, al final de ésta (Marques y cols., 2006)—.

- La menor importancia, menor credibilidad y menor emoción negativa hacia los perpetradores se daban cuando estos pertenecían a la misma nación.
- La asociación más fuerte de credibilidad y culpa surgía cuando la violencia colectiva la perpetraban miembros del grupo nacional.

Gráfico 25.5: Comparación de los resultados de la transmisión de información en el estudio de Allport y Postman y en el experimento de Marques y cols.



En un estudio de los antes mencionados se atribuyó la masacre a portugueses, vascos y españoles, siendo los participantes que leían y retransmitían la información residentes en el País Vasco (en el que la identificación nacionalista vasca es mayor que con España).

Un mecanismo frecuente de defensa de la identidad es considerar a los miembros del grupo que realizan acciones negativas poco representativos o parecidos al miembro medio del grupo. Una forma de evaluar el distanciamiento psicológico consiste en indagar si se considera a la persona representativa o típica del grupo. Si se considera a una persona como poco típica del grupo, se infiere que las personas se están distanciando de ella, que la consideran poco parecida y un mal representante del grupo en su conjunto. La pregunta, en concreto, era:

- ¿Hasta qué punto son típicos estos participantes con respecto a su grupo nacional? El rango de respuesta iba de 1 (Nada) a 7 (Muy típicos).

Los resultados fueron:

- Para vascos $M = 3,09$
- Para españoles $M = 4,5$
- Para portugueses $M = 4,1$

Es decir, cuando los perpetradores de la masacre eran vascos, los participantes se distanciaban más de ellos.

Otro mecanismo de defensa de la buena imagen del grupo muy usado es explicar lo ocurrido o conductas negativas por el contexto —atribuir las malas acciones de miembros del endogrupo a la circunstancias y condiciones externas—. En este caso, la pregunta, en concreto, era:

- La conducta de los agentes de la violencia colectiva era: Comprensible en el contexto (−4) o Incomprensible en el contexto (4).

Los resultados muestran lo siguiente:

- Para vascos $M = 1,37$
- Para españoles $M = 2,45$
- Para portugueses $M = 2,39$

Por lo tanto, la explicación que apela al contexto era relativamente más aceptada en el caso de los vascos.

Otra forma de defensa de la buena imagen del grupo ante conductas negativas de este es rebajar la frecuencia de éstas. La pregunta, en este caso, se formulaba de la forma siguiente:

- ¿Hasta qué punto eran frecuentes estas conductas violentas en el pasado?, con 1 para baja frecuencia y 7 para alta.

Estos fueron los resultados:

- Para vascos $M = 5,5$
- Para españoles $M = 5,6$
- Para portugueses $M = 6$

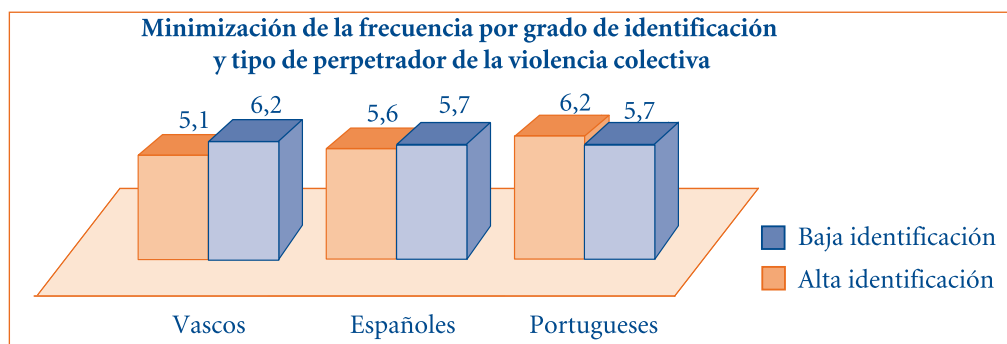
En resumen, en defensa de la identidad “vasquista”, los participantes residentes en el País Vasco consideraron menos típicos o representativos de su grupo a los masacradores y mostraron una mayor tendencia a acudir al contexto en busca de una explicación de la conducta en cuestión cuando los perpetradores eran vascos que cuando eran portugueses y españoles. Finalmente, afirmaron que estas conductas eran menos frecuentes cuando los actores eran vascos o españoles que cuando eran portugueses.

Identificación nacional y étnica asociada a más mecanismos de defensa

Participantes con alta identificación con los vascos evaluaron las conductas violentas de los miembros de su grupo como menos frecuentes, mientras que los participantes menos identificados con el grupo nacional hacían lo opuesto. En el Gráfico 25.6 las personas se dicotomizan a partir de sus respuestas a una escala de identificación con los vascos en personas de baja y alta identificación con el grupo. Sin embargo, mientras se constata un claro favoritismo endogrupal (menor frecuencia de las masacres), no se da una devaluación simétrica del exogrupo estatal (españoles). También se constata que los participantes pertenecientes al grupo usan mecanismos de defensa, como contextualizar la violencia colectiva y distanciarse de los miembros que habían participado en ella, al margen de su identificación (véanse los gráficos 25.7 y 25.8).

Basados en este estudio y en los estudios sobre la experiencia alemana (Marques y cols., 2006) podemos deducir que los participantes de grupos nacionales y étnicos, al margen de su identificación, van a usar mecanismos de defensa cognitivos cuando se les presentan actos de violencia del endogrupo. Por otro lado, también se puede deducir que son las personas pertenecientes a esos grupos, pero menos identificadas con ellos, las más capaces de aceptar la culpa colectiva y aceptar lo ocurrido.

Gráfico 25.6: Frecuencia de la violencia colectiva en función del grado de identificación y del tipo de perpetrador.



25.10 Evaluación de la violencia colectiva: hechos frecuentes en la historia

Diferentes casos históricos confirman los mecanismos cognitivos de defensa de la identidad antes descritos. A continuación, se describirán algunos ejemplos. Se suele percibir que la conducta de los perpetradores de violencias colectivas del endogrupo es menos frecuente y menos representativa. Por ejemplo, los alemanes harían afirmaciones como las siguientes: “nosotros fuimos luchadores más humanos y cometimos menos atrocidades que los rusos”, o “un puñado de miserables de las SS cometieron los crímenes frente a una *Wehrmacht* (ejército alemán) que no lo hizo”. En cambio, la conducta de los perpetradores de otras naciones son más incomprensibles e inexplicables.

RECUADRO: Un ejemplo de explicación contextual y minimización de la violencia.

La versión de la represión dada de forma retrospectiva en 1984 por un militar que fue alcalde durante la dictadura chilena de Pinochet ejemplifica muy bien los procesos de atribución de significado y de convencionalización de la memoria. El testimonio de este militar se presenta debajo:

“En cuanto a la Dina (policía política responsable de la desaparición y tortura de personas desarmadas)... creo que en un principio estuvo bien. Porque cuando se inició este régimen había una verdadera guerra”.

Esta afirmación representa una reconstrucción y una simplificación: después del golpe militar, que culmina con el asalto al Palacio Presidencial, el 11 de septiembre de 1973, los militares sólo tardaron dos días en controlar el país y no hubo resistencia armada real. La represión masiva se prolongó durante meses. La represión selectiva duró años, y en ese periodo no hubo ni militares ni policías muertos. En cambio, se contabilizan centenares de muertos y desaparecidos (*Informe Rettig*, 1991).

Sigue afirmando el militar: “En esta época cayeron muchos por lado y lado, muchos carabineros (guardias civiles)... fueron muertos”.

Esta afirmación es una amplificación: el total de policías y militares muertos en el momento del golpe es de 25 y el de civiles de 1.200.

“Y, desde el momento que se trata de una guerra cada cual asume su responsabilidad y muere el que muere”.

Esta afirmación es un recuerdo de justificación contextual o convencionalizado, que se ajusta al marco colectivo según el cual hubo una guerra y el mundo es justo. Lo cierto es que la mayoría de los desaparecidos y muertos durante la dictadura no estaban armados ni combatían.

“Por eso”, sigue diciendo el militar, “en lo de los desaparecidos yo no le echo la culpa a nadie. Pienso que fue una estupidez, como la guerra sucia de Argentina. Pero allá pasaron de los 35.000 desaparecidos y en Chile ¿habrá unos 600?”.

Esta cifra es una clara minimización.

“Además pienso que toda esa gente desaparecida era como perros rabiosos, ¡con rabia! Y hay que eliminar la rabia aunque yo no lo justifico”.

En esta última afirmación, relativa a la cuestión de los desaparecidos, surge la atribución de responsabilidad a la víctima, (también denominada *victimización secundaria*) y una justificación ambivalente de lo ocurrido.

Fuente: El testimonio se encuentra en Politzer (1991, p. 69). Los comentarios se deben a Páez y Basabe (1993, p. 27).

Como una confirmación de que minimizar la credibilidad o veracidad de la información es una forma de afrontar la culpa y vergüenza colectiva, en el estudio experimental antes descrito se encontró una asociación entre menor credibilidad y menor culpa/vergüenza. Esta

relación se daba más fuertemente cuando portugueses evaluaban a perpetradores portugueses, españoles a españoles y vascos a vascos. Es decir, era más marcada cuando miembros del endogrupo evaluaban su pasado colectivo.

La comparación de los resultados según la posición (primero, segundo o tercero) en la transmisión de la información, permitió constatar que las personas que, a la vez, reciben y transmiten información sobre el endogrupo, minimizan la relevancia y la emocionalidad vinculada a las violencias colectivas cometidas por el endogrupo, pero no hacen lo mismo cuando las masacres se vinculan a otro grupo nacional.

Si se acepta que este estudio, en que los participantes retransmiten información, constituye una réplica experimental de la dinámica sociocultural de reconstrucción y elaboración positiva del pasado negativo de una sociedad, a la hora de enfrentarse al comportamiento colectivo negativo del propio grupo, los participantes, desde el inicio, atribuyen baja credibilidad y minimizan las emociones negativas y la relevancia de las masacres cometidas en el pasado lejano por sus compatriotas. Al final de “tres generaciones” (es decir, al final de la transmisión al participante que ocupa la tercera posición), la relevancia y emociones negativas relacionadas con el comportamiento negativo pasado del propio grupo disminuye (véanse los gráficos 25.7 y 25.8).

Gráfico 25.7: Evolución de la relevancia de la conducta de endogrupo y exogrupo a lo largo de la cadena de transmisión de información.

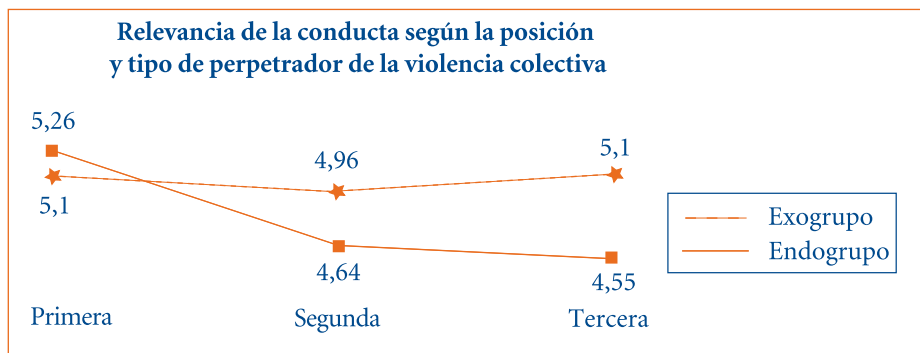
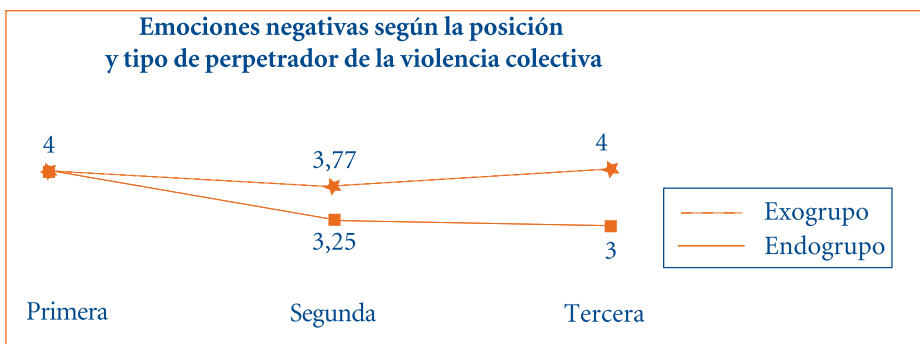
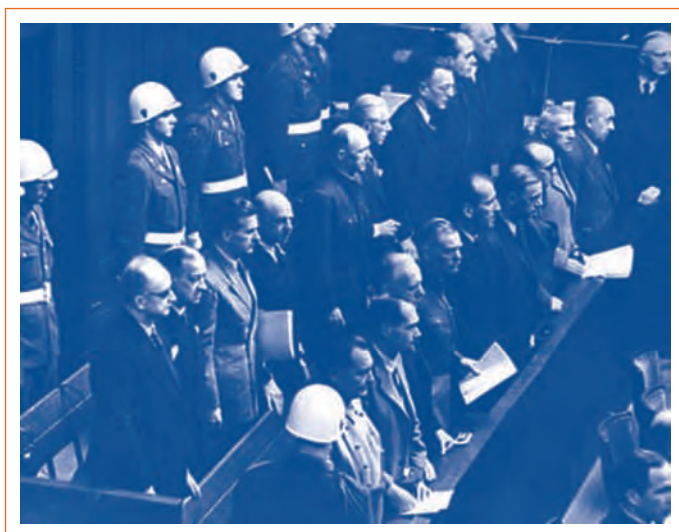


Gráfico 25.8: Evolución de las emociones negativas generadas por endogrupo y exogrupo a lo largo de la cadena de transmisión de información.



Si se unifican los resultados de este estudio experimental, los estudios de casos históricos y el estudio antes descrito sobre el recuerdo de hechos históricos relevantes del siglo XX, podemos afirmar que los grupos sociales elaboran el recuerdo de eventos sociales mediante un proceso de *recuerdo selectivo*. Este proceso consiste en un énfasis del grupo en ciertos eventos del pasado. Se recordarán ciertos eventos positivos o si son negativos, de sufrimiento, lucha y conquistas y se evitará recordar otros que no concuerdan con las necesidades actuales de los grupos (como en el grupo con alta identificación nacional española en el estudio sobre los hechos relevantes del siglo XX en España).

Ahora bien, en el caso de violencias colectivas y hechos negativos del pasado, estos se reconstruirán a base de minimizar la credibilidad de la información, se atenuarán las emociones negativas asociadas a ellos y se disminuirá su importancia mediante la retransmisión de la información. También, para defender la identidad, se rebajará la frecuencia de los hechos, se rechazará la representatividad de los miembros del grupo implicados en las masacres o se atribuirán los hechos a un puñado de ovejas negras y se explicarán en función del contexto. Estas formas de afrontamiento o defensa cognitiva serán más fuertes en el caso de las personas altamente identificadas con el grupo nacional. Los estudios de encuesta en Alemania confirman la generalidad de estos resultados. Los participantes con baja identificación con el grupo nacional, con baja autoestima colectiva, son menos defensivos sobre las violencias colectivas cometidas por los alemanes en el pasado y están más dispuestos a asumirlas y reparar lo ocurrido. Este perfil es más típico de la tercera generación de alemanes en relación a la II Guerra Mundial y muestra que esta generación siente más culpa colectiva, mientras que las generaciones implicadas directamente minimizan lo ocurrido y rechazan ser responsables de ello.



En España, al igual que en Alemania, las generaciones que vivieron las dictaduras fascistas tienen una visión más positiva del régimen y los dictadores, en particular si son conservadores ideológicamente, que generaciones más recientes y menos implicadas en el hecho, como se ilustra en el siguiente extracto sobre el recuerdo de Franco.

RECUADRO: Juicios sobre el franquismo en función de la generación de pertenencia.

El grupo de quienes juzgan el franquismo como bueno para España se reduce al 23,5%, esto es uno de cada cuatro españoles. Entre las personas con una opinión positiva sobre la dictadura hay más personas mayores y también más votantes de derecha que de la izquierda según una encuesta del 2006.

Otras dos encuestas realizadas en el año 2000 también encontraron que las personas mayores tenían un juicio menos negativo sobre la dictadura franquista.

En la primera encuesta sobre 800 personas, tenían una imagen positiva de Franco:

- Un 43% de los mayores de 65 años el 2000.
- El 29% de los que tenían entre 45-64 años.
- Un 13% de los que tenían entre 30 y 44 años.
- Un 7% de los que tenían 18-29 años.

En la segunda encuesta sobre 1.000 personas,

- Entre los mayores de 55 años el 32% informaba de sentimiento positivos y un 21% de disgusto ante Franco (los restantes eran indiferentes).
- Entre las personas que tenían entre 36 y 54 años el 11% informaba de sentimientos positivos y un 38% de disgusto.
- Entre los encuestados que tenían menos de 36 años, los más jóvenes, un 8% informaba de sentimientos positivos ante Franco y un 53% de disgusto.

Se puede constatar que, regularmente, las personas que han vivido la dictadura, las de mayor edad, tienen un juicio si bien predominantemente negativo, más positivo que las generaciones más jóvenes que no lo han vivido. Haber vivido un periodo dictatorial, en particular si se comparten valores ideológicos conservadores, conlleva una imagen menos negativa de este periodo. Resultados similares se han encontrado sobre la dictadura estalinista en Rusia y fascista en Alemania.

Fuente: EL MUNDO, 20 de julio de 2006.

25.11 Resumen

El estudio de la memoria colectiva se centra en la forma en que los grupos sociales recuerdan, olvidan o modifican el conocimiento del pasado social.

Numerosos estudios han descrito el papel de los factores sociales en la memoria autobiográfica y semántica. Se han revisado los estudios actuales y se ha visto que confirman las intuiciones clásicas de Halbwachs. Se ha prestado atención especial a la comunicación interpersonal y la reevocación por los medios de comunicación como antecedentes de la memoria colectiva y sus efectos sobre el clima social.

También se ha estudiado cómo se construye el pasado social o cómo se reconstruye en función de las necesidades y actitudes del presente, especialmente cuando se definen las identidades nacionales y sociales. Se han examinado estudios que ilustran estas ideas en los apartados sobre identidad colectiva y funciones sociales del recuerdo del pasado.

Otro aspecto considerado tiene que ver con los factores que influyen en que determinados sucesos sociales se retengan o se pierdan dentro de la memoria colectiva. Se recuerdan más los sucesos si se conmemoran, si son novedosos y tienen un gran impacto emocional, si son relevantes personalmente, y si tienen lugar durante la adolescencia y juventud de nuestra vida.

Se ha señalado que el contenido de las representaciones sociales del pasado tiene una cierta estabilidad transcultural, lo que sugiere que existe una memoria colectiva compartida en diferentes sociedades y culturas.

Estas representaciones sociales del pasado son relevantes. Tienen efectos sobre las actitudes frente a nuevos hechos.

Términos de glosario

Mecanismos de defensa de la identidad grupal

Memoria colectiva

Memoria comunicativa

Memoria social

Minimización de la credibilidad, relevancia y emocionalidad

Minimización de la frecuencia, distanciamiento y explicación contextual

Procesos colectivos

Representaciones sociales

Lecturas y otros recursos recomendados

Páez, D., Valencia, J., Pennebaker, J., Rimé, B. y Jodelet, D. (1998). *Memoria colectiva de procesos políticos y culturales*. Bilbao: Servicios Editoriales de la UPV.

Pennebaker, J., Páez, D. y Rimé, B. (1997). *Collective Memory of Political Events*. Mahwah: L. Erlbaum.

Este libro reúne las discusiones teóricas sobre memoria colectiva y social, y los estudios empíricos más relevantes hasta fines de los 90. Los temas analizados son la relación entre generación y memoria colectiva, los factores que permiten y mantienen las memorias colectivas, los procesos que refuerzan las memorias colectivas, así como los procesos psicológicos vinculados a la formación de la memoria autobiográfica. Hay estudios sobre la Guerra Civil Española, la guerra colonial portuguesa y los periodos dictatoriales en España y América Latina.

Rosa, A., Bellelli, G. y Bakhurst, D. (2000). *Memoria colectiva e identidad nacional*. Madrid: Biblioteca Nueva.

Este libro complementa al anterior, ya que hay una amplia discusión teórica sobre lo que es memoria colectiva, integrando aportaciones de las ciencias humanas y sociales, en particular de la Psicología social. Las memorias destello y los procesos de compartir social o de comunicación verbal sobre eventos emocionales, la influencia de la identidad en el recuerdo libre de hechos históricos, son temas nuevos que se integran teórica y empíricamente en este libro.

En la *Revista de Psicología Política* se han publicado monográficos sobre memoria colectiva en 1993 (Número 6), (Número 18) 1999 y 2006. Los dos primeros integran artículos sobre los asuntos de este capítulo y en ellos el lector podrá constatar cómo se han hecho los estudios empíricos en detalle.

En la página web www.ehu.es/pswparod se encuentran disponibles en archivos pdf artículos en castellano e inglés sobre memoria colectiva.

Representaciones sociales de la historia: estudios y aplicación a sociedades con un pasado traumático

Darío Páez, Elza Techio, James Liu y Carlos Martín Beristain

Objetivos

- Analizar los factores ligados a la memoria colectiva y las representaciones sociales de hechos históricos relevantes.
- Exponer los patrones dominantes y sesgos mayoritarios de dicha memoria en diferentes contextos culturales.
- Formular algunas recomendaciones prácticas, basadas en la experiencia histórica y en las investigaciones analizadas, sobre el papel de la memoria y comisiones de la verdad que se han puesto en marcha en numerosos países como mecanismos para hacer frente a las fracturas provocadas por un pasado violento.

26.1 Factores vinculados a la retención de hechos colectivos en la memoria: relevancia, comunicación e inhibición

Los estudios analizados en el capítulo anterior confirman en parte una visión constructivista y presentista de la memoria colectiva: se recuerda lo que es adecuado para las actitudes y necesidades grupales actuales. Además, el recuerdo permite mantener una visión positiva del grupo. Sin embargo, también queda claro que no se puede afirmar que hay una arbitrariedad y libertad absoluta en la elección del contenido de la memoria colectiva. Como dijimos, la Guerra Civil Española es mencionada mayoritariamente como un evento relevante de la historia española del siglo XX, al margen de la posición ideológica.

Diferentes estudios empíricos han intentado entender cuándo y por qué las culturas desarrollan memorias colectivas (Pennebaker, Páez y Rime, 1997). Las principales conclusiones se pueden resumir en los siguientes puntos:

- Es más probable que las memorias colectivas se formen y mantengan en relación con sucesos que representan cambios significativos a largo plazo en la vida de la gente. Un suceso político, como por ejemplo las revoluciones de 1848 en Europa o la Guerra de Corea, que no traen consigo grandes alteraciones institucionales, tienen menos probabilidad de pasar a formar parte de la memoria colectiva de la sociedad. Los sucesos sociales que formen parte de las memorias colectivas tienden a ser aquellos que sí conllevan cambios sustanciales de la vida social. Connerton (1989) analiza cómo a pesar de que las ejecuciones de reyes franceses no eran algo extraño en la historia de Francia, la ejecución de Luis XVI durante la Revolución Burguesa de 1793 tuvo un gran impacto y todavía se la recuerda en la actualidad. Ello se debe a que las otras muertes no alteraron aspectos principales de la vida social francesa.
- Es más fácil que las memorias colectivas se formen si la gente piensa y habla abiertamente de los sucesos. Por ejemplo, el recuerdo y reconocimiento de información correcta sobre lo ocurrido el 11-M, o durante la muerte del rey Balduino en Bélgica, se asociaba a la cantidad de veces que se había hablado sobre el hecho. El compartir social, o hablar sobre los sucesos, también puede ayudar a modelar las percepciones de las personas de manera que surja una forma común de interpretar los hechos. La frecuencia de hablar sobre el 11-M predecía el acuerdo con que las reacciones interpersonales y colectivas después del atentado habían sido positivas y aumentaba la cohesión social y la sensibilidad ante la violación de derechos humanos en España (Páez, Rime, Martínez y Basabe, 2007).
- Los sucesos cargados emocionalmente sobre los que las personas evitan hablar abiertamente continuarán afectando a los individuos al aumentar los pensamientos y sueños sobre ellos. Por ejemplo, la represión política que no permite hablar de un acontecimiento tendrá la consecuencia involuntaria de consolidar las memorias colectivas asociadas con el suceso reprimido. Thompson (1988) desde una perspectiva histórica sugiere que las memorias comunitarias más fuertes son las de los grupos asediados.

26.2 Factores vinculados a la retención de hechos colectivos en la memoria: relevancia de los hechos que afectan a una cohorte en la etapa de la adolescencia y juventud y recuerdo a los 25 años de ocurridos los hechos

Los grandes sucesos nacionales afectan a las personas de diferentes edades de manera diferente. Según algunos estudios (Schuman, Belli y Bischoping, 1998), en general aquellas personas que se encuentran entre los 12 y 25 años serán los más afectados. Los sucesos nacionales que ocurren durante estos años tendrán un mayor impacto sobre la autoimagen y las memorias colectivas de este grupo. Los resultados revelan diferencias en las cohortes: diferentes cohortes dentro de la misma cultura definen la historia de manera específica:

- Las personas de EE.UU. que vivieron la Guerra de Vietnam en sus años jóvenes o los que vivieron la caída de la dictadura franquista, mencionan más que personas mayores o más jóvenes que ellas el conflicto bélico en Vietnam o la transición política española como eventos políticos importantes del siglo XX (Valencia y Páez, 1999).
- En un estudio sobre los hechos más importantes de la historia mundial, las personas adultas, comparadas con los jóvenes, mencionaron el Movimiento de Liberación de la Mujer, mientras que los jóvenes mencionaban la Guerra del Golfo de 1991 más frecuentemente que los adultos. Esta diferencia ocurre probablemente porque esos eventos ocurrieron durante

los años de formación de la generación de los adultos y estudiantes, respectivamente (Deschamps, Páez y Pennebaker, 2002).

- En una encuesta francesa se encontró que el evento más importante para la generación de los abuelos era la II Guerra Mundial, para la generación de los padres, los movimientos de 1968, la Guerra de Argelia, y los avances en la igualdad de derechos de las mujeres (semejante a Deschamps y cols., 2002) y para la generación de los hijos, los eventos eran el SIDA y la crisis económica y dificultad para encontrar un trabajo —todos los eventos ocurrieron en sus respectivos años de formación (Attias-Donfut y Wolf, 2003).

Estudios de memoria no ya semántica o de conocimiento histórico, sino autobiográfica con personas entre 30 y 50 años, también encuentran en diferentes culturas que, cuando se pide a estas personas que recuerden memorias específicas personales, se recuerdan o recuperan más que en otras épocas los hechos biográficos ocurridos entre los 15 y 25 años —también se recuerdan más los hechos más recientes (Conway, 1998).

Con el paso del tiempo, las personas tienden a mirar hacia atrás y a conmemorar el pasado en ciclos de veinte o treinta años. Cuando se estudian los momentos en que se construyen monumentos o se hacen películas sobre acontecimientos del pasado, que es una forma de fijar mediadores públicos para la memoria, se encuentra que típicamente hay un lapso de entre veinte y treinta años desde que se produce el acontecimiento que se rememora (Pennebaker y Basanik, 1998; Igartúa y Páez, 1998).



La existencia y cuantía de este efecto generacional, postulado por Mannheim como la formación de generaciones culturales, así como el periodo o ciclo de 25-30 años de reminiscencia, se tratan de explicar por medio de tres hipótesis compatibles entre sí:

- La existencia de un periodo crítico en la vida de las personas en el que es más probable que los acontecimientos públicos afecten más a su identidad (la adolescencia y primera juventud, momento de constitución de la identidad personal y social).
- Un argumento generacional, que se refiere a que los monumentos se construyen y las películas se hacen cuando uno tiene el poder que le permite crearlas (cuando se tiene entre cuarenta y sesenta años es un buen momento para mirar hacia atrás y validar la propia vida, y hay un acceso al poder de una generación que no había antes).
- El papel del tiempo transcurrido que ha ido eliminando gradualmente el dolor de recordar sucesos negativos (Rosa y cols., 2000; Pennebaker, Páez y Rimé, 1997).

26.3 Representaciones colectivas sobre el pasado

Los estudios sobre los hechos del pasado que se mencionan como eventos históricos han mostrado que se recuerdan más los hechos que implican cambios sociales importantes, que se conmemoran

y comparten, que ocurren durante la etapa formativa de la identidad, y después de veinticinco años. Pero también han mostrado que una serie de hechos del pasado se recuerdan consensualmente en diferentes naciones, como una prueba de que ciertos eventos se retienen, en general. El caso paradigmático es el de la Guerra Civil Española que se recuerda de forma similar como el hecho más importante en todas las cohortes estudiadas. Las grandes guerras son un tipo de hecho que se recuerda de forma homogénea en todas las cohortes de una cultura.

En un primer estudio se pidió a 1.300 estudiantes de siete universidades de Europa, Estados Unidos y Japón que señalaran los tres hechos históricos más importantes de los últimos diez, cien y mil años.

En un segundo estudio, 800 estudiantes de dos países americanos y tres europeos señalaron y evaluaron los siete hechos históricos más importantes en la historia del mundo. Utilizaron para ello una escala que iba de 1 (muy negativo) a 7 (muy positivo) (véase Pennebaker, Páez, Deschamps y cols., 2006).

El tercer estudio lo realizaron Liu y cols. (2005) en seis países occidentales y seis asiáticos.

Los resultados muestran un considerable consenso y permiten ilustrar varios aspectos de la memoria colectiva o representación social dominante de la historia. En el Cuadro 26.1 se observa una amplia variedad de eventos y experiencias que se citaron como importantes en la historia del mundo en el primer estudio.

Cuadro 26.1: *Los diez eventos más importantes de la Historia en siete países para los últimos mil, cien y diez años.*

Orden	Mil años	Cien años	Diez años
1.	Descubrimiento del Nuevo Mundo	II Guerra Mundial	Colapso de la URSS
2.	Revolución Francesa	I Guerra mundial	Guerra del Golfo 1991
3.	Revolución Industrial	Exploración espacial	Guerra de los Balcanes
4.	II Guerra Mundial	Colapso de la URSS	Muerte de la princesa Diana
5.	I Guerra Mundial	Guerras (en general)	Unión Europea y Euro
6.	Reforma religiosa	Guerra fría	Internet
7.	Guerras (en general)	Vietnam	IRA
8.	Revolución Rusa	Guerra Civil Española	Escándalo Clinton
9.	Teoría científica	Gran Depresión	Energía Nuclear
10.	Exploración espacial	Computadores	Avances médicos

Nota: El orden se obtiene de las respuestas de una muestra de estudiantes de Inglaterra, Alemania, Italia, Japón, España y Estados Unidos. El colapso de la URSS se refiere a la disolución de la antigua Unión Soviética y a la reunificación de Alemania.

26.4 Un sesgo eurocéntrico consensual y dominante mundialmente

Aparece un sesgo euro-céntrico, en todas las naciones, sin excluir las de Asia, ya que todos los eventos citados estaban relacionados con la historia europea y acontecimientos dominantes de la cultura occidental. Según Liu y cols. (2005), “a través de diferentes culturas, las representaciones sociales de la historia en su inmensa mayoría... eran más eurocéntricas que etnocéntricas...” (p. 185). En su mayoría los eventos históricos mundiales recordados están relacionados con Europa (“Descubrimiento del Nuevo Mundo”) o con Europa y América

del Norte (Guerras Mundiales, Guerras Euroasiáticas) o simplemente son eventos europeos (Revolución Francesa, Reforma Luterana).



Los cuadros 26.2 y 26.3 comparan a partir de una muestra de San Sebastián (País Vasco) y Austin (Texas) la respuesta dada por estudiantes y adultos. Se constata una extraordinaria similitud de respuestas de los participantes de edades y culturas diferentes. Los adultos y estudiantes de España y de los Estados Unidos están de acuerdo entre sí en cuáles son los hechos más relevantes de la historia (la correlación media entre el orden de mención de eventos entre naciones y generaciones era de 0,87 y puede considerarse elevado). En cualquier caso, entre los adultos españoles y estadounidenses han aparecido más diferencias, mientras que los estudiantes españoles y estadounidenses tenían una visión más parecida de la historia. Eso refleja probablemente una convergencia en la educación en los dos países, la exposición a los mismos medios de comunicación, lo que en conjunto disminuye las diferencias entre las dos culturas.

Cuadro 26.2: *Eventos más importantes en los últimos mil años: muestra de adultos y estudiantes de los Estados Unidos y España.*

Estudiantes españoles	Adultos españoles	Estudiantes EE.UU. de Norteamérica	Adultos EE.UU. de Norteamérica
Descubrimiento del nuevo mundo	Nuevo Mundo	Nuevo Mundo	II Guerra Mundial
Revolución industrial	Avances médicos	Revolución de los Estados Unidos	Nuevo Mundo
Revolución Francesa	Revolución Francesa	II Guerra Mundial	Espacio
Guerras (en general)	II Guerra Mundial	Revolución industrial	Revolución de los Estados unidos
I Guerra Mundial	Revolución Industrial	Guerra Civil americana	Guerra Vietnam
II Guerra Mundial	Comunicación	Renacimiento	Guerra Civil americana
Avances médicos	Electricidad	Colonización	Conflictos raciales
Comunicación	Conflictos raciales	Espacio	Religión
Espacio	Espacio	I Guerra Mundial	Transporte
Cruzadas, rel, guerras	Reconquista de España	Guerras (en general)	I Guerra Mundial

Cuadro 26.3: *Eventos más importantes en los últimos cien años: muestra de adultos y estudiantes de los Estados Unidos y España.*

Estudiantes españoles	Adultos españoles	Estudiantes EE.UU. de Norteamérica	Adultos EE.UU. de Norteamérica
Guerra Civil española	Guerra Civil Española	II Guerra Mundial	II Guerra Mundial
II Guerra Mundial	Espacio	I Guerra Mundial	Espacio
I Guerra Mundial	II Guerra Mundial	Espacio	Transporte
Guerras (en general)	Avances médicos	Guerra Vietnam	Guerra Vietnam
Espacio	Democracia	Gran depresión	I Guerra Mundial
Colapso de la URSS	Guerras (en general)	Computadores	Revolución Industrial
Democracia	I Guerra Mundial	Conflictos raciales	Computadores
Comunicación	Misceláneas sobre España	Guerras (en general)	Conflictos raciales
SIDA	Misceláneas sobre tecnológico	Asesinato de JFK	Asesinato de JFK
Movimiento feminista	Comunicación	Holocausto	Colapso de la URSS

Este consenso transcultural sugiere la existencia de una memoria colectiva o dominante, en la que se comparten creencias hegemónicas sobre la historia mundial. Aunque los tres estudios utilizan muestras de estudiantes principalmente, expuestos a una cultura científica similar, también se puede argumentar que estos participantes de élite reproducirían y potenciarían las diferencias culturales. Estudios en curso con muestras chinas, cuya cultura otorga gran importancia al pasado y a la continuidad histórica, así como con muestras indias, cuya cultura no enfatiza el pasado (Burke, 2006), pero sí reivindica una tradición cultural de largo aliento, reproducen el dominio de los eventos eurocéntricos. Se puede concluir, parafraseando a Marx, que las representaciones sociales dominantes de la historia son las de la cultura occidental dominante.

El dominio del patrón narrativo de la violencia como partera de la historia

Los resultados de los tres estudios también muestran el dominio del patrón narrativo de la violencia como “partera de la historia”. Prueba de ello es que se mencionaron como eventos especialmente importantes de la historia mundial los relacionados con la guerra por encima de todas las otras categorías. La política y la guerra dan cuenta de un 70% del total de eventos listados y del 60% de líderes o nombres individuales como los más importantes en el estudio de Liu y cols. (2005). En el estudio de Pennebaker y cols. (2006) se confirma la dominancia de la violencia como un patrón de la historia, ya que el 57% de los eventos estaban relacionados con guerra y política, 17% con ciencia y tecnología, 10% con aspectos socioeconómicos y 10% con exploraciones y descubrimientos. Las revoluciones y las guerras se representan como los eventos más importantes del último milenio, mientras la ciencia y la tecnología, e incluso la Revolución Industrial, son secundarios en su importancia.

Dos explicaciones complementarias son:

- La saliencia de las guerras con respecto a procesos históricos más impersonales y de desarrollo más lento,
- El carácter de historia dramática, con actores “buenos” y malos (Hitler es el personaje histórico más recordado como importante en todas las muestras, y su evaluación es muy negativa).



Las guerras también provocan hechos traumáticos con un impacto emocional, lo que ayuda a la distintividad de los hechos de armas y, aunque son responsables de sólo el dos por ciento del número de víctimas mortales en el siglo XX (Layard, 2005), debido al alto impacto de la Primera y Segunda Guerra Mundial, en comparación con el de las muertes provocadas por causas menos sobresalientes como epidemias, los participantes atribuyen un fuerte papel a la violencia política en la historia mundial.

El hecho de que las guerras, en vez de procesos opacos y anónimos como los demográficos y económicos, tengan actores, inicio, desarrollo y fin, facilita, por su “narrabilidad”, que los hechos de armas se retengan como antecedentes y causas importantes del desarrollo histórico (Liu y Laszlo, 2007).

El sesgo hacia la mención de hechos ocurridos en los años y siglos recientes

La mayor parte de los eventos considerados como importantes tuvieron lugar durante los siglos XIX y XX en el estudio de Liu y cols. (2005). En el estudio de Pennebaker y cols. (2006), el 60% de los eventos pertenecían a periodos más recientes: de los últimos tres siglos cuando el escenario era de mil años, o de la segunda mitad del siglo XX en el caso de los últimos cien años. En concreto:

- En los últimos mil años, tres de cada diez eventos ocurrieron en este siglo.
- De forma similar, en los últimos cien años, tres de cada diez eventos ocurrieron en la última década.
- En los últimos diez años, por lo menos cuatro ocurrieron dentro del año anterior a aquél en que los participantes rellenaran el cuestionario.

Aunque se suele afirmar que la cultura china enfatiza una visión a largo plazo, a diferencia de las individualistas occidentales, que acentúan una memoria corta (Burke, 2006), los estudios en curso confirman que el efecto de memoria reciente se da de forma similar en muestras chinas e indias. Se han planteado dos explicaciones fundamentales de este hecho.

La primera se puede considerar como una variante generacional o de cohorte del socio-centrismo consistente en que los participantes enfatizan los eventos recientes por narcisismo generacional. En general todas las cohortes normalmente sienten que “viven durante el más importante e innovador periodo de la historia del mundo”.

La segunda se denomina *transmisión trigeneracional* y es una propuesta de Marañón. Defiende que se necesita tres generaciones para superar los efectos de una Guerra Civil—aproximadamente un siglo— ya que los hechos vividos directamente se mantienen en la memoria mediante la transmisión de padres a hijos y de abuelos a nietos. La memoria colectiva se basa en la transmisión oral de la información sobre un evento vivido “personalmente”.

Diversos estudios confirman la transmisión trigeneracional de información sobre eventos históricos importantes. Una encuesta con una muestra aleatoria realizada en Francia encontró que el 60% de los encuestados pertenecían a familias de tres generaciones de adultos vivos en ese momento (familias con abuelos, padres e hijos vivos). El 73% de la generación de los abuelos reconocían que hablaban sobre eventos históricos con sus hijos y el 53% con sus nietos. Entre la generación de los padres, el 84% hablaba sobre sus propios eventos con sus hijos y el 57% con sus padres. El mayor nivel de comunicación ocurre entre dos generaciones “... las historias se

cuentan con mayor frecuencia de una generación a otra... también existe transmisión directa entre dos generaciones extremas, aunque en menor grado que entre generaciones sucesivas” (Attias-Donfut y Wolf, 2003).

Se ha confirmado igualmente que la profundidad de la memoria genealógica (Candau, 2005) y la de la memoria familiar vivida es de alrededor de tres generaciones.

Cuando se ha preguntado acerca de memorias traumáticas y eventos familiares vividos, los sujetos generalmente recordaban eventos hasta la generación de sus abuelos (Pennebaker, Páez y Rimé, 1997).

Finalmente, en el mismo sentido, Wertsch (2002) argumenta que la narrativa heroica de la II Guerra Mundial, de la *Gran Guerra patriótica*, todavía juega un papel en el mito positivo o representación social del pasado en la Rusia actual. Este fenómeno lo asocia al hecho de que la II Guerra Mundial es todavía parte de la autobiografía en la memoria de las personas, que comparten sus experiencias con sus hijos y nietos, mientras que éste no es el caso de la I Guerra Mundial y la Revolución Rusa.



James W. Pennebaker
Universidad de Texas, Austin

En un sentido similar al anterior, Assman (1992, citado en Laszlo, 2003) distingue entre memoria cultural y memoria comunicativa. Recordemos que la *memoria cultural* se basa en abstracciones, ritos y mitos relacionados con eventos lejanos, de la memoria comunicativa. La *memoria comunicativa* abarca memorias de un pasado próximo y se basa en la comunicación oral de hechos vividos. Un ejemplo característico de la memoria comunicativa es la *memoria generacional*, que se comparte con contemporáneos y normalmente incluye eventos importantes experimentados en el final de la primera adolescencia-edad adulta, que ya hemos mencionado previamente. El lapso de la memoria comunicativa es aproximadamente 80-100 años, tres o cuatro generaciones, y eso explica por qué la II Guerra Mundial en general y la Guerra Civil española son eventos importantes—algunos abuelos están vivos y hablan o son testimonio de ello. Eso podría también explicar por qué la Guerra de los Balcanes fue alimentada por la memoria acerca de los traumas históricos de las guerras del siglo XIV, ya que esa memoria distante fue anclada sobre el soporte de la experiencia de la II Guerra Mundial y la Guerra Civil entre Croatas y Serbios, entre Oustachies, Tchetrniks y otras fuerzas que llevaron a cabo una despiadada Guerra Civil (Rosoux, 2001).

En otras palabras, el sesgo de hechos recientes en los años pasados y del siglo más cercano ocurre porque la memoria colectiva está relacionada con “eventos frescos” vividos por una cohorte, ya sea la personal, de los padres o a lo más de los abuelos, que se transmite como experiencia vivida.

El sesgo sociocéntrico: los eventos de la historia mundial son los de nuestra nación

Los Cuadros 26.4 y 26.5 presentan los eventos históricos por años y países del estudio de Pennebaker y cols. Estos cuadros muestran el grado de acuerdo entre países junto con algunas

diferencias. Como es evidente, al margen del consenso sobre algunos hechos generales, la definición de la importancia histórica es sumamente egocéntrica. Son notorias las diferencias culturales en la definición de los eventos históricos significativos. La Revolución Francesa es un caso interesante. Para todos los países, excepto para los Estados Unidos, en la lista de categorías de los mil años, aparece en los primeros lugares. En los Estados Unidos ocupaba la vigésimo novena posición en la muestra de estudiantes y la vigésimo quinta en los adultos.

El sesgo sociocéntrico se aprecia en una serie de hechos:

- En España, los participantes recordaban la Guerra Civil Española como el evento más importante del siglo.
- Los estadounidenses listaban la Guerra Civil Americana como el evento más importante del último milenio.
- De forma similar, en Inglaterra en los últimos mil años, la Batalla de Hastings ocupaba el cuarto puesto en importancia (es una remota batalla entre autóctonos e invasores al inicio de la formación de la Inglaterra moderna). Ningún estudiante de otro país de Europa listó la Batalla de Hastings como un evento histórico significativo.

Es decir, cada país tiende a incluir eventos históricos nacionales-relevantes como más importantes. En otros términos, los resultados confirman un sesgo sociocéntrico: los participantes enfatizaron eventos nacionales como eventos mundiales importantes.

Cuadro 26.4: *Los 10 principales eventos históricos del último milenio por país.*

Inglaterra	Alemania	Italia	Japón	Suiza	España	Estados Unidos
Descubrimiento del Nuevo Mundo	Nuevo Mundo	Revolución Francesa	II Guerra Mundial	Nuevo Mundo	Nuevo Mundo	Nuevo Mundo
Revolución Industrial	Revolución Francesa	Nuevo Mundo	Revolución Francesa	Revolución Francesa	Revolución Industrial	Revolución de los EE.UU.
II Guerra Mundial	Revolución Industrial	II Guerra Mundial	Revolución Industrial	Invencción de la imprenta	Revolución Francesa	II Guerra Mundial
I Guerra Mundial	II Guerra Mundial	Miscelánea sobre Italia	Nuevo Mundo	Guerras (en general)	Guerras (en general)	Revolución Industrial
Batalla de Hastings	Religión	Revolución Industrial	Revolución de los EE.UU.	II Guerra Mundial	I Guerra Mundial	Guerra Civil americana
Conflictos raciales	Comunicación	Religión	I Guerra Mundial	I Guerra Mundial	II Guerra Mundial	Renacimiento
Electricidad	Guerra de los 30 años	I Guerra Mundial	Bomba atómica	Revolución Rusa	Avances médicos	Colonización
Revolución Francesa	Guerras (en general)	Guerras (en general)	Religión	Colonización	Espacio	Espacio
Teoría científica	Teoría científica	Teoría científica	Renacimiento	Espacio	Comunicación	I Guerra Mundial
Religión	Cruzadas, rel, guerras	Arte y Literatura	Conflictos raciales	Reforma protestante	Cruzadas, rel, guerras	Guerras (en general)

Cuadro 26.5: *Los 10 principales eventos históricos de los últimos cien años por país.*

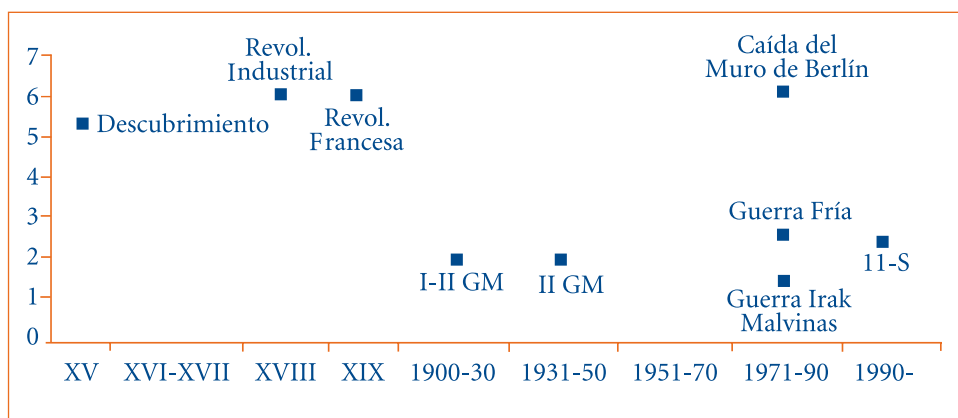
Inglaterra	Alemania	Italia	Japón	Suiza	España	Estados Unidos
II Guerra Mundial	II Guerra Mundial	II Guerra Mundial	II Guerra Mundial	II Guerra Mundial	Guerra Civil Española	II Guerra Mundial
I Guerra Mundial	I Guerra Mundial	I Guerra Mundial	I Guerra Mundial	I Guerra Mundial	II Guerra Mundial	I Guerra Mundial
Exploración espacial	Guerras (en general)	Colapso de la URSS	Colapso de la URSS	Mayo de 68	I Guerra Mundial	Espacio
Guerra fría	Espacio	Guerras en general	Espacio	Guerras	Guerras (en general)	Guerra Vietnam
Guerras (en general)	Guerra Fría	Tecnología espacial	Gran depresión	Guerra Vietnam	Espacio	Gran depresión
Movimiento feminista	Colapso de la URSS	Miscelánea sobre Italia	Guerra del Golfo	Colapso de la URSS	Colapso de la URSS	Computadores
Computadores	Revolución Industrial	Fascismo	Vietnam	SIDA	Democracia	Conflictos raciales
Desastres provocados por el hombre	Transporte	Guerra del Golfo	Bomba atómica	Tecnología	Comunicación	Guerras (en general)
Miscelánea sobre Tecnología	Bomba atómica	Religión	Muerte de JFKennedy	Movimiento feminista	SIDA	Muerte de JFKennedy
Conflictos raciales	Avances médicos	Vietnam	Guerra de Corea	Espacio	Movimiento feminista	Holocausto

Sin embargo, en el caso de Suiza, con excepción parcial de la Reforma Luterana, ningún evento nacional es mencionado como relevante para la historia mundial, probablemente porque es un país secundario y en general los grupos de bajo estatus son conscientes de su relativa debilidad desde el punto de vista del capital histórico. Estos resultados son coherentes con los estudios sobre favoritismo endogrupal, en los que se muestra que son los grupos de alto estatus los que tienden a sobrevalorar positivamente a su grupo, mientras que los grupos de menor estatus no tienden a evaluar mejor a su grupo que a los otros —e inclusive en situaciones de estabilidad y legitimidad del contexto social, evalúan mejor a los exogrupos de mayor estatus. En línea con lo anterior, en el estudio sobre las representaciones sociales de la historia, se encontró que el sesgo sociocéntrico era fuerte en el grupo de estatus alto (como los países anglosajones) y menor o inexistente en grupos de menor estatus, como el caso de Suiza y Nueva Zelanda (Liu y cols., 2005; Deschamps, Pérez y Pennebaker, 2001).

El sesgo hacia el recuerdo de hechos progresivos y la evaluación positiva del pasado lejano

Un análisis de la lista de eventos históricos de los últimos mil años permite detectar un sentido de optimismo general. Los eventos históricos más antiguos listados reflejaban crecimientos y cambios positivos. Un segundo estudio confirmó que los hechos mencionados más antiguos eran más positivos que los más recientes.

Gráfico 26.1: Relación entre el periodo en que ocurrió el evento y la percepción de los participantes sobre el carácter negativo (=1) o positivo (=7) del evento.



Los resultados muestran claramente una tendencia a que los eventos históricos recientes se perciban de forma menos positiva que los eventos que ocupan un lugar más lejano en la historia. En realidad, eventos relativamente similares, como la Revolución Francesa y las guerras mundiales muestran perfiles opuestos. Ambos conflictos produjeron centenares de miles de muertos. La Revolución Francesa, pese a su evaluación favorable, está asociada a las masacres de la Vendée y a las guerras napoleónicas. En concreto, cuando se compara la evaluación de la Revolución Francesa ($M = 3,6$), con la I y II Guerra Mundial ($M = 1,8$ y $M = 1,8$), la Guerra de Irak ($M = 1,5$), la Guerra Fría ($M = 2,5$), y el 11 de septiembre ($M = 2,2$), se constata que mantiene una diferenciación positiva; todos los contrastes estadísticos son significativos (t -student $p < 0,001$). Dado que la mortalidad asociada a las guerras mundiales fue mayor hay que relativizar estos resultados, pero, pese a esto, se confirma una visión globalmente positiva de la Revolución Francesa.

Por otra parte, a modo de confirmación de la existencia de una visión compartida a largo plazo de la historia mundial, las evaluaciones de los hechos más antiguos tienden a ser similares entre las naciones. Por ejemplo, el Descubrimiento de América recibió una evaluación de 5,8 por parte de los polacos, de 5,3 por los españoles, 5,3 por los argentinos, y de 4,25 por los brasileños, que no obstante evalúan el descubrimiento del Brasil con un 5,6.

Eso implica olvidar el gran número de víctimas ligadas a la colonización europea, provocadas por las guerras de conquista, la exposición a nuevas enfermedades y al horror de la esclavitud. Por ejemplo, la población mexicana, de cerca veinte millones en el año 1500, disminuyó a dos millones en 1650, debido principalmente a las epidemias que los conquistadores llevaban con ellos (Ferro, 1994). De Sa y de Oliveira (2002) también encontraron que las ideas más frecuentes asociadas con el Descubrimiento del Brasil eran positivas tanto en Portugal como en Brasil, lo que sugiere que la representación social positiva es dominante. La Revolución Industrial también se evaluó de forma positiva (alrededor de 5-6 en una escala de 7 puntos), lo que equivale a un “olvido” de los problemas sociales, la explotación y la disminución de la expectativa de vida.

En suma, un esfuerzo hacia un sentido positivo y una minimización social de los eventos negativos parece caracterizar la representación social de la historia. Esto se explica por la necesidad y el esfuerzo de atribuir un sentido, orden y justificación a la historia individual y colectiva —como ya plantearon autores clásicos como Bartlett o contemporáneos como Epstein (véase el Capítulo 7 sobre creencias básicas en este manual).

Los estudios que comparan las memorias autobiográficas de jóvenes y mayores, o las comparaciones intrasujetos entre eventos recientes y más lejanos, confirman el sesgo nostálgico: al aumentar la edad o la duración del periodo de recuerdo, los recuerdos más distantes se evalúan más positivamente (Laurens, 2002). Otros estudios sugieren una tendencia de las personas a recordar en mayor proporción los eventos positivos que los negativos en un largo periodo de tiempo, así como la tendencia a reinterpretar los eventos negativos para que sean por lo menos neutros o incluso positivos (Taylor, 1991).

Un sesgo similar hacia lo positivo aparece en la memoria colectiva o representación social de la historia. Recordemos que la Revolución Francesa fue evaluada positivamente, lo que se puede interpretar como un “olvido” del terror, las guerras napoleónicas y las masacres de la Vendée, región campesina en la que se dio una revuelta favorable a la monarquía y en la que las tropas republicanas aplicaron una política de tierra quemada y masacres que provocó centenares de miles de muertos civiles, mujeres, niños y ancianos.

La búsqueda de un significado y el esfuerzo por lograr una reinterpretación positiva se puede explicar por la necesidad de mantener una identidad positiva colectiva e individual. También se puede pensar que el tiempo pasado permite a las personas reinterpretar los eventos negativos como la guerra, porque son más distantes e implican menos a la identidad, se sabe cómo terminó y se puede enfatizar los aspectos positivos de estos.

La importancia del significado para la evaluación de los hechos históricos

Los resultados del segundo estudio muestran la importancia del significado atribuido a un evento. La comparación entre polacos y rusos, por lo que respecta a la evaluación de la II Guerra Mundial, es muy ilustrativa. Para los polacos, la evaluación era absolutamente negativa ($M = 1,3$) y refleja el hecho de que para su país se trató de una catástrofe social. Los rusos, por su parte, presentaban dos discursos muy diferentes. Es cierto que la inmensa mayoría (93% de los participantes rusos) recordaban unánimemente la II Guerra Mundial y, en conjunto, su evaluación era negativa-neutra ($M = 2,95$). Ahora bien, un 44% usaba, para referirse a este evento, el rótulo de la Gran Guerra Patriótica, enfatizaba la derrota de Hitler y el triunfo del Ejército Soviético sobre las fuerzas invasoras. Para este 44%, la evaluación de la II Guerra Mundial era neutra-positiva ($M = 3,9$). El 56% restante de los participantes rusos usó la etiqueta de la II Guerra Mundial y evaluó el evento como una experiencia histórica negativa ($M = 2,1$). Es interesante subrayar que sólo el 6% de la muestra mencionaba ambos eventos, lo que da pie a pensar que se trata de representaciones opuestas.



Eran los rusos más jóvenes, educados bajo el sistema educacional postsoviético, los que usaban de forma predominante una etiqueta neutra y evaluaban negativamente la II Guerra Mundial —probablemente debido a la visión negativa del líder Stalin, del fracaso contra las Fuerzas Alemanas y el gran número de víctimas—. Una minoría usó la etiqueta que enfatizaba el triunfo sobre los invasores extranjeros y la derrota Nazi; en este caso la evaluación fue más positiva. Como argumenta Wertsch (2002), la etiqueta es una condensación de un importante patrón de la narrativa positiva del “triunfo sobre las fuerzas extranjeras” dominante en Rusia. Dos “voces” diferentes o significados narrativos atribuidos a la II Guerra Mundial coexisten, aunque la positiva es minoritaria en el actual contexto ruso. En menor grado, los participantes chinos mostraron un modelo similar: un 17% mencionó la Guerra Chino-Japonesa (1931-1945) como un evento diferente *versus* un 81% que mencionó la II Guerra Mundial. La evaluación de esa guerra que finalizó con la derrota de Japón fue más positiva ($M = 4,2$) que la evaluación de la II Guerra Mundial ($M = 2,0$).

26.5 Consecuencias de las representaciones sociales del pasado

Se ha visto con anterioridad que el recuerdo de hechos traumáticos colectivos se asociaba a una visión más negativa del clima social. El peso de un pasado negativo se asociaba a una visión más crítica de la sociedad actual, mientras que el silencio legitimaba a esta —como probablemente harán las reconstrucciones positivas. Se ha planteado que el pasado se utiliza para legitimar el presente, ya que los mitos históricos sirven como “carta” o mapa que orienta las conductas colectivas y justifica las instituciones, como planteó Malinowski. Los países anglosajones se presentan como los policías y salvadores del mundo libre, basándose en sus experiencias pasadas en las guerras mundiales.

Estas ideas se contrastaron en un cuarto estudio que unifica los datos del estudio de Liu y cols., (2005) y los de Pennebaker, Páez, Deschamps, y cols. (2006) sobre los hechos más importantes del pasado histórico y la evaluación positiva-negativa de estos en muestras de 22 países de América, Europa, Oceanía y Asia. El porcentaje de personas que mencionaron la II Guerra Mundial y su evaluación se correlacionaron con los porcentajes de personas que estaban de acuerdo con luchar en una guerra por su país, así como con los valores culturales dominantes en esas naciones. Estas correlaciones colectivas sirven para entender qué caracteriza a la cultura subjetiva de cada nación, en relación con la memoria colectiva de la II Guerra Mundial, y sus consecuencias sobre actitudes actuales sobre la paz. Se encontró que porcentajes más elevados de recuerdo de la II Guerra Mundial y evaluaciones positivas de esta guerra correlacionaban con la media nacional de la disposición de combatir por su país. Esto sugiere que el fuerte recuerdo positivo de la II Guerra Mundial refuerza y forma parte de una cultura de la guerra, que influye en la intención de conducta actual de las naciones.

Tal vez esto se explique por una forma de aprendizaje colectivo. El mismo factor que refuerza la memoria de la II Guerra Mundial y una evaluación más positiva de ésta, refuerza la voluntad para combatir: ser una nación victoriosa. La imagen idealizada y positiva de la II Guerra Mundial, se transmite en la educación y conmemoraciones, así como en el cine y arte popular, presenta este hecho como una guerra justa y necesaria, relacionada con el coraje, el heroísmo, batallas épicas como Stalingrado, Guadalcanal, o la Batalla de Inglaterra. Estas representaciones que enfatizan la virtud de los soldados y la crueldad de los enemigos del eje Nazi-Fascista, son relativamente homogéneas y dominantes en las naciones victoriosas. Esa imagen positiva es probablemente más creíble en las personas que no estaban directamente involucradas, como los nietos de la generación de los soldados (Winter, 2006).

En cambio, las naciones perdedoras disimulan los aspectos negativos de su acción en la II Guerra Mundial, por ejemplo, a base de negar los crímenes de guerra de las Fuerzas Imperiales japonesas y del Ejército Alemán y acentúan sus sufrimientos (Buruma, 2002). Estas representaciones “defensivas” no son capaces de reforzar la visión positiva de la guerra y los guerreros nacionales. De hecho, las medias de evaluación más negativa de la II Guerra Mundial se presentan en Alemania, Portugal y España, todas naciones Europeas con un pasado fascista. Recordar la derrota nacional en la guerra y acentuar el sufrimiento del propio grupo puede enseñar a las nuevas generaciones los aspectos negativos de la violencia colectiva (Conrad, 2003; Evans, 2003). Las generaciones jóvenes aprenden que las guerras son “catástrofes sociales”. Ese efecto puede no estar restringido únicamente a los derrotados de forma directa en la guerra. Aunque España no estaba directamente involucrada en la guerra, el recuerdo de la guerra era negativo. Por otro lado, una representación social de la Guerra Civil Española como catástrofe social a evitar se construyó en la última fase de la dictadura fascista de Franco (Igartua y Páez, 1998). Algunos autores defienden que esta representación de la Guerra Civil Española como una catástrofe enseñó a las nuevas generaciones la necesidad del consenso y evitar el conflicto social, y facilitó la relativa transición pacífica de la dictadura hacia la democracia, después de la muerte de Franco (Aguilar, 2001). El dominio de esta representación puede explicar el carácter poco probélico de la cultura española actual.

El recuerdo de las guerras en general o de la I Guerra Mundial no se relacionaba con la disposición a luchar. La influencia del recuerdo de la II Guerra en la disposición a luchar, y la ausencia de efecto del recuerdo de la Primera, sugieren que son cualitativamente diferentes los recuerdos vividos y transmitidos de padres y abuelos a los hijos y nietos de boca a boca. Estos últimos recuerdos, vividos o retransmitidos cara a cara, como los de la Segunda Guerra Mundial, son los que tienen más influencia sobre las actitudes y conductas actuales. Las memorias más abstractas, como las de la I Guerra Mundial, en cambio, tienen menos relación con la actitud y conducta actual. La influencia de los recuerdos de la II Guerra Mundial, se puede interpretar en el sentido de Assman, que diferencia la memoria comunicativa cara a cara generacional, de la memoria cultural más abstracta, como hemos argumentado (1992, citado en Laszlo, 2003).

Estos resultados están de acuerdo con la afirmación de Liu y cols. (2005) de que la II Guerra Mundial es parte central de la representación de la historia mundial, sirviendo de punto de referencia para atribuirle un significado y entender nuevos eventos.

26.6 Valores culturales materialistas, jerárquicos, actitudes de dominación social y memoria colectiva de la guerra

La posición central de la representación de la guerra en la cultura mundial permite explicar que el recuerdo de la II Guerra Mundial, su evaluación y la disposición a luchar en la guerra se relacionaban:

- Negativamente con los valores posmaterialistas/individualistas.
- En menor grado y de forma positiva con los valores colectivistas/materialistas, así como jerárquicos o autoritarios.

Un estudio más amplio, basado también en el análisis de las medias nacionales en actitudes ante la guerra y valores, confirmó que una actitud probélica se asociaba:

- A valores colectivistas (evaluados con el Índice de Hofstede (2001) y con los valores individuales de conservación o seguridad, tradición y conformidad de Schwartz (1994)).

- Al Índice de Distancia al Poder de Hofstede.
- A los valores de Inglehart de autoridad tradicional y materialistas.

Además, la dimensión estructural de una cultura de paz de desarrollo democrático, en la que se incluía un nivel bajo de violación de los derechos humanos,

- Se asociaba a una menor disposición a luchar en una guerra (Basabe y Valencia, 2007).

La Media de la variable *Orientación hacia la dominancia social* de una nación también iba asociada a la disposición a luchar y al recuerdo de la II Guerra Mundial. El nivel de Orientación hacia la *dominancia social* de una nación guardaba relación con el nivel de valores jerárquicos en ella. Resultados similares se han encontrado cuando se han analizado respuestas individuales: las personas con mayor orientación a la dominancia social tienden a compartir más valores de poder y logro del cuestionario de Schwartz y estas creencias y valores se asocian a una actitud más militarista o favorable a la guerra en al menos cuatro estudios (Cohrs, Moschner, Maes y Kielmann, 2005; Sidanius y Pratto, 2001) (véase el Cuadro 26.6).

Cuadro 26.6: *Experiencia histórica, porcentaje de recuerdo de la II Guerra Mundial, evaluación y dimensiones de la variación transcultural.*

País	Exper II GM	Muertos por mil habitantes	Recu II GM	Eval*	PDI	HIER	SDO	Postmat
Argentina	N	0,0	48	1,79	49		2,39	25
Australia	G	5,7	68	1,73	36	2,36	2,47	35
Brasil	N	0,0	40	2,03	69	2,64	2,21	12
China	G	40,7	81	2,37	80	3,70	3,04	03
Francia	W	13,4	64	2,12	68	2,16	2,2	18
Alemania	D	108,2	68	1,54	35	2,27	1,66	17
Hungría	D	63	88	1,95	46	2,42		02
Hong Kong	G	18,9	81	2,0	68		3,27	
India	G	3,8	80	2,97	77		3,11	02
Indonesia	G	56,7	79	2,80	78		3,14	03
Japón	D	36,1	52	1,66	54		3,61	09
Malasia	G	4,5	60	3,95	104	2,43		
Nueva Zelanda	G	7,6	73	2,15	22	2,38	2,25	20
Polonia	G	160,9	93	1,30	64	2,53		08
Filipinas	G	7,3	68	3,33	94			06
Portugal	N	0,00	72	1,61	63	2,08	2,46	10
Rusia	G	137	92	2,95	105		3,73	02
Singapur	G	18,9	94	3,96	74	2,75		07
España	N	0,0	50	1,4	57	2,03	2,49	17
Tailandia	G	18,9	69	3,1	58	2,85	2,69	05
Inglaterra	G	7,7	77	2,82	35		2,62	20
EE.UU.	G	3,2	86	2,87	40	2,39	2,49	25

Abreviaturas del Cuadro 26.6

Exper II GM = Experiencia de la II Guerra Mundial

G = Puntuación de 3 para un país ganador real en los enfrentamientos y victorioso.

N= de 2 para países neutrales o aliados no combatientes.

D = 1 para nación derrotada o eje de países derrotados.

Rec II GM = porcentaje de personas que mencionan la II Guerra Mundial como un evento importante.

Eval = evaluación de la II Guerra Mundial en una escala de 1 (negativo) a 7 (positivo).

PDI = puntuaciones en distancia del poder (Hofstede, 2001).

HIE = puntuaciones en valores de jerarquía (Schwartz, 1994).

SDO = puntuaciones en la escala de la orientación hacia la dominancia social, obtenidas por Sidanius y Pratto (2001) para Estados Unidos de Norteamérica, Rusia, Tailandia, Nueva Zelanda, Inglaterra, China y Australia, por Guimond y cols. (2003) para Francia, por Cohrs y cols. (2005) para Alemania, por Mendoza y cols. (2005) para Argentina, Brasil, Portugal y España, por Liu y cols. (2006) para India (N=98), Japón (N=80) e Inglaterra y Reino Unido (N=39).

Post = Porcentaje de la población con los valores posmaterialistas (Inglehart y cols., 2004). Un valor elevado denota una puntuación alta en la variable.

Nota: La evaluación de Rusia y China es una media de diferentes eventos relacionados con la II Guerra Mundial: II GM más la Gran Guerra patriótica y la Guerra Chino-Japonesa, respectivamente.

Otros estudios de nivel individual, en sus análisis de las respuestas de las personas, han encontrado resultados similares: las actitudes militaristas se asocian a valores jerárquicos de logro y poder, así como a valores colectivistas de seguridad y conformidad, mientras que ocurre lo contrario con valores universalistas y de benevolencia, ya que estos últimos se asocian a culturas posmaterialistas, como las escandinavas y Holanda (Cohrs y cols., 2005).

Cabe concluir que un síndrome cultural materialista, colectivista y jerárquico refuerza la actitud positiva hacia la violencia colectiva y guerras nacionales a nivel colectivo e individual. Es decir, el recuerdo y la evaluación positiva de la II Guerra Mundial (en el primer estudio) y la disposición a luchar (en ambos) estaban asociados con una cultura autoritaria o de alta distancia del poder, de baja autonomía, alta valoración del poder y del logro, así como colectivista, de conservadurismo o de valores de seguridad, conformidad y tradición.

Este patrón es congruente con lo que se sabe sobre el contenido de los valores y los tipos de sociedades en los que prevalecen. Los valores posmaterialistas acentúan un individualismo expresivo y la autorealización personal, en circunstancias sociales de satisfacción de las necesidades económicas básicas y de supervivencia. El cambio de una sociedad industrial y materialista hacia una posmaterialista (Inglehart y Baker, 2000) parece estar asociado al cambio desde una representación social en que la guerra se focaliza en los héroes, los mártires y hay una connotación positiva de la violencia colectiva, hacia una representación social en que la guerra evoca el dolor, las víctimas, el asesinato de civiles y la falta de sentido de la guerra (Lomsky-Feder, 2004; Rosoux, 2001). Los valores posmaterialistas probablemente desgastan la “narrativa heroica de la guerra” y no provocan actitudes positivas hacia la violencia colectiva.



Archer y Gartner (1984) concluyeron que las guerras tienden a legitimar el uso de la violencia en la sociedad.

Una conclusión más general sería que los símbolos colectivos indirectos aprendidos o de legitimación de la guerra en el plano cultural se transmiten a través de tres generaciones: las personas de naciones victoriosas recuerdan más la II Guerra Mundial y simultáneamente muestran una alta disposición a luchar por la patria en una nueva guerra.

Los valores jerárquicos y la orientación actitudinal hacia la dominancia social del propio grupo sobre otros grupos y naciones también apoyan la “cultura de la guerra”. La participación reciente en guerras victoriosas y los valores culturales jerárquicos son los factores más importantes del refuerzo societal positivo hacia la guerra y de la disposición a luchar en futuras guerras. Se asocian a un mayor recuerdo colectivo, y probablemente están mediados por él, y a un énfasis en los aspectos positivos de guerras relativamente recientes, como la II Guerra Mundial.

26.7 Aplicación de los estudios sobre memoria colectiva y representaciones sociales de la historia a los procesos de verdad, justicia y reconciliación en sociedades con un pasado traumático

Se incluye, por último, algunas conclusiones basadas en los estudios y experiencias de memoria colectiva para los procesos de superación de un pasado traumático.

Procesos de transmisión de hechos históricos a nivel horizontal: conclusiones, estudio experimental e historia

El análisis de la investigación reciente sobre memoria colectiva, de la transmisión de la información sobre violencias colectivas como memoria comunicativa, muestra algunas tendencias generales:

- Un 70-80% de la información y de los detalles se pierde.
- Se recuerda un 20-30% de la información más abstracta y convencionalizada, estereotipada, y que está de acuerdo con valores culturales.
- Se omiten los detalles desfavorables de nuestro grupo (nuestras masacres).
- Se retienen o recuerdan nuestros héroes y mártires.
- Se reconstruyen los hechos para embellecer la realidad (un ejemplo es la estatua del alzamiento del *ghetto* de Varsovia, en la que se muestra una persona sana, con ropas limpias de pie y que grita al cielo con un arma en la mano —todo lo contrario de los hechos reales—).

Se llega a una estabilización en la credibilidad y veracidad mínima de las violencias colectivas realizadas por el endogrupo y hay una disminución paulatina en la transmisión de información de la relevancia y emociones negativas. La culpa (mayor en el caso de violencia del endogrupo, si la fuente de información es de la misma nación) y credibilidad (mayor cuando la violencia colectiva es del exogrupo) permanecen estables, y la asunción de la responsabilidad y de la relevancia es mayor en generaciones más distantes y menos implicadas directamente con la violencia colectiva —como por ejemplo en la tercera generación de alemanes después de la II Guerra Mundial—.

El papel preventivo de la memoria

Estas conclusiones tienen también proyección en las situaciones actuales de conflictos armados o violencia política. Cuando la situación se agudiza, los grupos enfrentados construyen memorias más cohesionadas y excluyentes: se reivindica el propio dolor, pero se obvia o se desprecia el ajeno, en la misma línea de los hallazgos ya señalados. Dicha polarización no sólo se da en situaciones de conflicto armado abierto. También ha afectado de forma creciente en los últimos años a situaciones de conflicto social con fuerte impacto de violencia. Por ello se debe considerar que esa reconstrucción de la verdad debe hacerse como una memoria incluyente, en la que se reconozcan no sólo los impactos, sino también las respectivas responsabilidades como parte del compromiso de prevención.

Según Pennebaker, Páez y Rimé (1997), y otros estudios revisados en apartados anteriores, para promover que la memoria colectiva cumpla un papel de prevención de la repetición de la violencia colectiva, se consideran esenciales los siguientes aspectos:

- Los hechos deben ser recordados de forma compartida y expresados en rituales y monumentos. Pero recordar hechos negativos siempre es doloroso y conmemoraciones idealizadas pueden ser muy distantes de la dura realidad vivida por los afectados.
- Debe insertarse en el pasado y futuro del grupo. Deben recordarse los hechos, pero evitar que se reactiven las emociones de odio y agresión al enemigo. En la medida de lo posible, hay que proponer objetivos comunes para “ellos” y “nosotros”.
- Es preciso explicar y aclarar lo ocurrido, en la medida en que sea posible. Es importante conseguir un acuerdo sobre los hechos básicos, aunque haya diferentes significados. Una definición y cuantificación clara de las víctimas permite evitar tanto la amplificación simbólica, como el negacionismo o relativismo.
- Se trata de extraer lecciones y conclusiones para el presente.
- Hay que dotar de sentido lo ocurrido y reconstruirlo haciendo hincapié en los aspectos positivos para la identidad social. Esto no debe llevar a negar los aspectos negativos de la conducta del grupo.
- Es recomendable evitar la fijación en el pasado, la repetición obsesiva y la estigmatización de los sobrevivientes como víctimas. Una cultura de la victimización, que transforme a las víctimas en mártires justificatorios de acciones violentas posteriores o en un símbolo de la memoria del agravio como condición permanente, impedirá su recuperación.
- Más allá de la reconstrucción de los hechos, la memoria constituye un juicio moral que descalifica éticamente a los perpetradores. Esta descalificación de hechos debe ser individualizada y evitar atribuir culpas colectivas, por ejemplo a toda una nación, grupo étnico o político.

Las naciones que han sufrido conflictos armados o dictaduras se enfrentan al desafío de la reconstrucción de relaciones sociales, el sentido de justicia y el reconocimiento de lo sucedido. No se reconcilian como pueden hacerlo las personas, pero se necesitan gestos públicos y creíbles que ayuden a dignificar a las víctimas, enterrar a los muertos y separarse del pasado. La mayor parte de las veces, cuando se habla de reconciliación, se pone el peso de nuevo en las víctimas, en lugar de conceder la importancia que merecen a los cambios en el sistema político, en la superación de la exclusión social y las políticas de memoria y justicia.

Pero las políticas de la memoria no son lineales. Están sometidas a todas las contradicciones sociales, los equilibrios de poder y la capacidad de poner en la agenda de la transición las necesidades de verdad y justicia. El trabajo de las comisiones de la verdad que se han llevado a cabo en más de veinticinco países en las últimas décadas es sólo el punto de partida (Hayner, 2002). Estas comisiones son entidades temporales que investigan patrones de abusos y violaciones de derechos humanos y normas humanitarias cometidos en un periodo de tiempo determinado (el tiempo de una guerra, una dictadura, o un periodo de violencia). Las comisiones de la verdad no son organismos judiciales ni deben considerarse como sustitutos de la justicia penal.

La mayoría de estas comisiones trabajan en un contexto cercano al pasado violento, y sus resultados dependen también de la voluntad política para aceptar sus conclusiones, poner en marcha políticas que ayuden a asimilar esa verdad como un proceso, y mostrar con gestos veraces la voluntad de ruptura con un pasado de violaciones. Pero ese trabajo debe ser visto con una perspectiva dilatada en el tiempo para que implique no sólo un conocimiento de los hechos, sino una asimilación de la verdad en la memoria colectiva de una sociedad.

Para hacer ese camino se necesita voluntad política por parte de gobiernos, autoridades y fuerzas políticas de oposición. En palabras de Ignatieff (1999), reconciliarse significa romper la espiral de la venganza intergeneracional, sustituir la viciosa espiral descendente de la violencia por la virtuosa espiral ascendente del reparto mutuo. La reconciliación puede romper el círculo de la venganza a condición de que se respeten los muertos. Negarlos es convertirlos en una pesadilla. Sin apología, sin reconocimiento de los hechos, el pasado nunca vuelve a su puesto y los fantasmas acechan desde las almenas.

Memoria colectiva y comisiones de verdad

De forma muy sintetizada, los estudios antes reseñados sugieren los siguientes elementos centrales para procesos de reconocimiento de la verdad, justicia y reconciliación, como las comisiones de la verdad:

- Es esencial la aceptación de los hechos y de la violencia colectiva ocurrida, sin excluir el sufrimiento de los otros. Se puede llegar a una aceptación consensual de los hechos aunque coexistan diferentes significados y representaciones sociales.
- La ausencia de asunción de responsabilidad individual y de culpa colectiva es la respuesta dominante —una minoría acepta y se responsabiliza—. En la Comisión de Verdad y Reconciliación de Sudáfrica el ex presidente P. Botha negó en la audiencia conocer nada sobre las violaciones de derechos humanos por parte del régimen, a pesar de que el propio Desmond Tutú, presidente de la Comisión de la Verdad y de la Reconciliación, le dijo que había hablado con él sobre eso en una visita que le hizo en 1987 (Ross, 1999).

- La tercera generación tiene una mayor predisposición a asumir la responsabilidad y la relevancia de los hechos y los líderes políticos pueden jugar un papel clave en gestos claros de ruptura con el pasado. Por ejemplo, Chirac asumió la responsabilidad de las acciones antisemitas activas del estado francés de Vichy, mientras que no lo hizo Mitterrand, que formó parte de ese régimen (aunque luego pasara a la resistencia). Este es un ejemplo de la mayor capacidad de asumir el pasado de una generación no implicada *versus* una implicada, pero también puede mostrar el impacto del miedo en generaciones que han sufrido las consecuencias de la violencia, como en el caso de la Guerra Civil Española.
- Las fuentes internas de crítica, como los juicios en Alemania o el hecho de que líderes como Mandela, en el caso sudafricano, hayan asumido las violaciones pasadas de los derechos humanos es fundamental y más eficaz. Es muy importante la autocrítica institucional de los actores de la violencia colectiva: como han hecho el Ejército y los Montoneros en Argentina; o la Comisión Bloody Sunday y el IRA en Irlanda —aunque las autocríticas sean parciales y se cuestione su carácter limitado y autocomplaciente—.
- La denegación y el silencio son más frecuentes que la asunción de la responsabilidad y relevancia de los hechos de violencia colectiva; en ello influye el carácter conflictivo de la memoria de episodios traumáticos, pero también las condiciones políticas del contexto, especialmente cuando los antiguos perpetradores siguen teniendo capacidad de coacción o control del proceso posterior. Sin embargo, los familiares de muchas víctimas han entablado una lucha para impedir que lo que ha desaparecido, lo que se ha hecho invisible, caiga en la negación de lo no vivido (Berger, 1986). Por ejemplo, en el caso argentino, la memoria de las Madres y Abuelas de Plaza de Mayo ha constituido aquello que Canetti llamó un *cristal de la masa*, es decir un pequeño grupo perseverante que ha mantenido viva esa memoria. Gracias a esos grupos, la memoria puede convertirse en algunas ocasiones en una *memoria abierta*, en una *masa en red* (Jodelet, 1992) que atrae a todos hacia el sentido de justicia, como ha sucedido en ese país veinte años después de la caída de la dictadura.
- Las fuentes internas de crítica pueden convencer más que las externas de la realidad de las violaciones pasadas de los derechos humanos, aunque provocarán también más reconstrucción positiva. Hay que evitar que la reconstrucción de los hechos genere una distorsión de la memoria que se convierta en un nuevo riesgo de violencia en el futuro. Entre los mecanismos de defensa de la identidad social, algunos de los cuales hemos expuesto en el capítulo anterior, están los siguientes:
 - Minimizar el impacto y la relevancia de los hechos (“son viejas historias...”); este efecto será mayor en las personas o líderes más identificados con el grupo nacional o étnico.
 - La justificación por la contextualización (“nuestra violencia colectiva es comprensible por el contexto, el conflicto, la causa...”);
 - Atribuir la violencia colectiva del endogrupo a minorías atípicas, en lugar de asumir las responsabilidades institucionales o sociales;
 - Minimizar la frecuencia de la violencia colectiva del endogrupo, que genera distorsión de los hechos o supone una forma de revisionismo a la baja que supone un nuevo impacto a las víctimas;
 - Construir una narrativa positiva (“la violencia se dio en el marco de la lucha de la nación, por la civilización”).

Un último aspecto es la memoria sobre las responsabilidades. La tendencia a castigar a una minoría o “puñado de miserables” (como De Gaulle calificó a los colaboracionistas con los ocupantes nazis) se asocia a la reconstrucción positiva de la propia identidad: por ejemplo,

Francia se percibió como una nación de resistentes, y a las instituciones francesas de Vichy como no legítimas. Sin embargo, lo cierto es que Petain asumió el poder con el voto de la mayoría de los diputados, incluidos los socialistas.

La realidad de numerosos países muestra un espectro más complejo. Entre los responsables de las violaciones están quienes cometieron actos criminales concretos, como violaciones de derechos humanos, los autores intelectuales, es decir, quienes dieron las órdenes y planificaron las violaciones, y los que tienen una responsabilidad política o indirecta, ya sea porque sacaron ventaja de esos delitos (por ejemplo, se quedaron con la tierra o con las propiedades), o quienes pudieron haberlas evitado y no hicieron nada para ello. También está la respuesta social. Aunque en los conflictos armados o dictaduras muchas personas pudieron haber quedado paralizadas por el miedo, es posible que otras hayan permanecido indiferentes frente a lo que pasaba, o se hayan refugiado en la justificación (“algo habrán hecho”).

La justicia puede cumplir también un papel simbólico de ruptura con ese pasado y tiene un impacto importante en la memoria colectiva. Es sintomático, en este sentido, el proceso contra Klaus Barbie en Francia, un antiguo nazi apodado el carnicero de Lyon. Algunos vieron en el proceso algo inútil puesto que los hechos eran ya conocidos por la opinión pública. Otros pensaban que era artificial plantear la memoria del nazismo. Para otros, en cambio, el proceso contra Barbie constituía la posibilidad de un retorno a la vida real, una lección viviente de la forma en que una sociedad puede retroceder de una manera bárbara (Jodelet, 1992).

De la misma manera, la detención de Pinochet en 1998 abrió la puerta a reconocer el sufrimiento y las demandas de las víctimas, y constituyó un paso para ajustar las cuentas con el pasado y superar el secuestro de la transición chilena por el poder militar. Algunos sectores sólo han empezado a reconsiderar el apoyo a Pinochet después de su detención y, especialmente, después de la demostración de su corrupción. La existencia de estos conflictos de memoria van a limitar la reconstrucción de la memoria, el riesgo de adecuarse a las necesidades del presente así como la imposición de una versión de la historia por parte de los grupos dominantes o de los perpetradores.

26.8 Resumen

Los hechos colectivos que se retienen en la memoria colectiva son los que provocan cambios sociales, se comunican o hablan intensivamente o se inhibe activamente su recuerdo. También se recuerdan más los hechos que ocurren durante los años de adolescencia y juventud.

Se recuerdan estos hechos en ciclos de 25 años, debido a que es necesario tener recursos y distancia psicológica para hacerlo, así como porque son hechos que marcan la formación de la identidad de una generación.

Se constata que existen representaciones o creencias compartidas similares en diferentes culturas sobre los hechos importantes de la historia mundial. Se diferencian los recuerdos que se transmiten cara a cara entre generaciones, lo que generalmente ocurre hasta tres generaciones o alrededor de un siglo. Estas memorias basadas en la comunicación tienen mucha más influencia que recuerdos más abstractos de hechos distantes.

Predomina el recuerdo de las guerras y líderes políticos, los hechos ocurridos en los años y siglos recientes, los vinculados a la cultura europea y en menor medida a la nación —mostrando un efecto de recencia, de euro y sociocentrismo.

Continúa

Se constata una tendencia a una visión más positiva de los hechos más distantes, un esfuerzo hacia la atribución de un significado positivo del pasado. Los mismos hechos se interpretan de forma diferente y tienen consecuencias sociales. El recuerdo de la II Guerra Mundial se asocia a la implicación en la guerra y a ser un triunfador en ella. A su vez, en las naciones en las que más se recuerda esta guerra y se la interpreta más positivamente, en concreto, en las naciones ganadoras como Rusia y los países anglosajones, hay una actitud más favorable a participar en nuevas guerras. Una actitud favorable a participar en guerras se asocia además a valores colectivistas y jerárquicos.

Finalmente, a la vista de lo expuesto en estos dos capítulos, se analizan las comisiones de la verdad, que pueden jugar un rol preventivo de la violencia manteniendo la memoria de guerras y masacres pasadas.

Para que puedan ejercer efectos positivos en la cultura política actual, la memoria de hechos conflictivos, como guerras civiles o guerras entre naciones, deben recordarse de forma compartida, insertarse en la continuidad del grupo e insistir en lo positivo, recordar los hechos, pero sin idealizarlos, y no mantener las emociones de odio entre grupos, describir de forma consensual lo ocurrido y explicarlo, extraer lecciones para el presente y descalificar a los que han cometido crímenes de guerra. La aceptación de los hechos y del sufrimiento propio y del otro grupo es un objetivo central. Es más frecuente rechazar que asumir la responsabilidad por lo ocurrido.

Las comisiones para la verdad deben tomar en cuenta la acción de mecanismos de defensa de la identidad nacional o grupal, como la minimización de la frecuencia de la violencia, los intentos de explicarla en función del contexto, la atribución de la responsabilidad a una minoría de personas poco representativas del grupo o nación. La tercera generación, más distante de los hechos, pero que aún tiene una memoria comunicativa de ellos, es más receptiva a aceptar la verdad y las reivindicaciones de justicia. Es esencial que fuentes internas o los líderes del grupo o nación asuman la verdad y responsabilidad de violencias colectivas pasadas para que se acepte la verdad de lo ocurrido y la necesidad de repararlo.

Términos de glosario

Aprendizaje colectivo

Efecto de generación

Sesgo de reconstrucción positiva del pasado

Sesgo sociocéntrico

Lecturas y otros recursos recomendados

Carretero, M., Rosa, A. y Gonzalez, M. F. (2006). *Enseñanza de la historia y memoria colectiva*. Buenos Aires: Paidós.

Revisa el estado de la cuestión sobre enseñanza de la historia y memoria colectiva. La introducción de los editores y el Capítulo 1 de A. Rosa exponen una buena síntesis. J. Manzi, mediante una encuesta representativa, constata un recuerdo consensual o memoria colectiva en Chile del golpe de Estado de Pinochet en 1973 como un hecho violento, con causas económicas, ante el que hubo resistencia y hubo apoyo de parte de la población, así como tortura bajo la dictadura. Según la posición política, se atribuye más responsabilidad al exogrupo —los de derecha creen que Allende y la izquierda son más responsables que los militares y partidos de derecha, y viceversa. Las personas de derechas denominan al golpe *pronunciamiento militar*, lo justifican más, perciben que tuvo más apoyo popular, que la resistencia fue violenta, que las torturas fueron excesos personales y responsabilidad de individuos. Las personas de izquierda consideran que las torturas fueron masivas y responsabilidad de las instituciones.

Ettxebarria, I., Conejero, S. y Ramos de Oliveira, D. (2005). 11 de marzo y culpa colectiva. *Revista de Psicología Social*, 20, 315-330.

Estudio empírico sobre violencia colectiva y culpa que aunque aplicado al caso del 11-M expone el estado de la cuestión sobre la vergüenza y culpa colectiva en relación a crímenes de guerra.

Martín Beristain, C. y Páez, D. (2000). *Violencia, apoyo a las víctimas y reconstrucción social*. Madrid: Fundamentos.

Exposición del funcionamiento de las comisiones de verdad y justicia en varias naciones y aplicación de sus lecciones a nuestro contexto.

Rosa, A., Bellelli, G. y Bakhurst, D. (2000). Representaciones del pasado, cultura personal e identidad nacional. En A. Rosa, G. Bellelli y D. Bakhurst (Eds.) *Memoria colectiva e identidad nacional*. Madrid: Biblioteca Nueva.

Buena síntesis del estado de la discusión sobre memoria colectiva, así como sobre los estudios empíricos más relevantes actuales.

Psicología social y medios de comunicación de masas

Virginia García Beaudoux y Orlando D'Adamo

Objetivos

- Presentar las diferentes tradiciones que, desde principios del siglo XX hasta nuestros días, han intentado, desde la perspectiva psicosocial, dar respuestas a la pregunta por los procesos de influencia de los medios de comunicación sobre la opinión pública.
- Mostrar que los medios de comunicación de masas son vehículos a través de los cuales se construyen cogniciones socialmente compartidas, interpretaciones de la realidad y conocimiento sociopolítico. Alimentan el flujo de la opinión pública al proveerla de objetos de atención y pensamiento, así como de explicaciones relativas a ellos.
- En relación con lo anterior, defender que los medios no se limitan a “comunicar”, sino que generan patrones de interdependencia social, modos de interpretar los sucesos y corrientes de opinión. La cartografía de los espacios públicos se ve afectada por la presencia de esos actores que guían las percepciones y que hacen sentir a las personas partícipes de los procesos sociales.
- Exponer el debate que, desde los inicios mismos de la comunicación de masas, se ha generado acerca de sus efectos y de las condiciones que facilitan su eficacia.
- Señalar que, pese al debate, no ha resultado sencillo estimar la capacidad real de persuasión e influencia de los medios. En las páginas que siguen se presentarán diversos modelos, teorías e hipótesis postulados para cumplir dicho propósito.
- Organizar las propuestas que se han realizado en este campo para su correcta comprensión. Para ello, se las ha dividido en tres etapas cronológicas. Una primera se extiende entre principios del siglo XX y la década de 1940 y en ella tuvo su auge el omnipotente Modelo hipodérmico de la comunicación. Una segunda etapa abarca entre principios de los años 40 y finales de los 60, y hace hincapié en la postura contraria: se sostiene que los medios sólo producen unos efectos limitados o una influencia altamente selectiva. Finalmente, abordaremos una tercera fase que contiene los estudios producidos desde la década de 1970 hasta nuestros días, en la que se retoma la idea de una poderosa influencia, aunque no por ello inmediata ni automática.

27.1 El Modelo hipodérmico de la comunicación o las teorías del impacto directo

Desde principios del siglo XX hasta inicios de la década de 1940 se consideraba que los medios ejercían una poderosa influencia sobre las actitudes y conductas de la población. Lasswell (1927, p. 220) afirmó que la *propaganda* consistía en uno de los instrumentos más poderosos del mundo moderno. Esa visión se sustentó en un particular presupuesto psicológico: el receptor de la comunicación es considerado como un ser pasivo, que responde a los estímulos de manera mecánica siguiendo el esquema conductista de “un estímulo externo: una respuesta”. Se proponía que los medios ejercían un poder omnímodo y que podían manipular por completo a una audiencia pasiva, homogénea, indiferenciada y masificada, sin ninguna capacidad de generar una respuesta personal a los mensajes (Rodrigo Alsina, 1996, p. 55).

La atribución de pasividad a la audiencia es concordante con la idea de la sociedad de masas que reinaba en las ciencias sociales entre finales del siglo XIX y principios del XX. Dominaba la *Psicología del instinto*, es decir, la visión del comportamiento humano regido por mecanismos biológicos heredados (McDougall, 1908). Mecanismos que estaban asimismo presentes en la concepción de la sociedad, lo cual queda plasmado en obras como la de LeBon (1983) y su *Psicología de las masas*. Esa visión uniforme de la naturaleza humana, con énfasis en los procesos irracionales y con una concepción del orden social entendido como sociedad de masas, permitía afirmar que estímulos igualmente percibidos despertarían urgencias interiores o emociones y, gracias a los mecanismos heredados similares, provocarían reacciones semejantes en los miembros individuales de la masa que es inherentemente débil y maleable.

A partir de la Primera Guerra Mundial, en Estados Unidos, los psicólogos se interesaron por el desarrollo de técnicas de persuasión al servicio de la publicidad y de la propaganda. En ese contexto se desarrolló la *Teoría de la bala mágica* (Schramm, 1971), así denominada en alusión a la supuesta facilidad de persuadir a la audiencia cuando la propaganda da en el “blanco”. Esta propuesta luego recibiría otros nombres como *Teoría de la transmisión en cadena* o *Teoría de la aguja hipodérmica*. La analogía con la aguja y con la bala sirven, en todo caso, para ilustrar el efecto directo y rápido que se postulaba que los mensajes proyectados producirían en la audiencia. Su presupuesto central es que cualquier mensaje adecuadamente presentado por los medios puede tener un efecto de persuasión instantáneo y masivo en receptores que son sumamente vulnerables a la influencia.

Este modelo dio inicio a la *Mass Communication Research* (Investigación sobre comunicación de masas), corriente que quedó inaugurada por la investigación de Lasswell publicada en 1927 en el libro *Propaganda Technique in the World War* (*Técnica de propaganda en la Guerra Mundial*). Fue él quien —aun cuando posteriormente realizó otros trabajos que superaron al Modelo hipodérmico— acuñó el término “aguja hipodérmica”. Sin embargo, Lasswell no utilizó la palabra “modelo” o “teoría” para referirse a dicha noción: Katz y Lazarsfeld (1955, p. 4) fueron quienes algunos años después formalizaron esa denominación al sostener que, en los inicios los medios se consideraban una fuerza unificadora en una sociedad caracterizada por ser una organización amorfa, lo que permitió desarrollar un “modelo” bajo la influencia de la idea de la potencia de los *mass media* (a partir de este momento se utilizará esta expresión para aludir, de manera abreviada, a los “medios de comunicación de masas”).

Por la falta de análisis empíricos que dieran sustento a los postulados teóricos, se hace referencia a la Teoría hipodérmica como un modelo que nunca existió. Lang y Lang se refieren a él como el modelo “que nunca existió” (1981, p. 655), y Chaffe y Hochheimer lo definen como una “no tradición” (1985, p. 15). Las afirmaciones se fundaron en evidencia informal

o anecdótica y en ausencia de una investigación empírica rigurosa. A pesar de ello, en su momento los presupuestos teóricos se dieron por contrastados y corroborados a partir de la observación de los efectos de la propaganda bélica.

Un caso utilizado por los defensores de la Teoría de la bala mágica para ilustrarla fue el de la “invasión marciana”, posteriormente analizado en el trabajo de Cantril, Gaudet y Herzog (1940/1994). En 1938, Orson Welles relató en un radiodrama una ficticia invasión marciana a la Tierra. Cantril y sus colegas comentan que probablemente nunca tantas personas pertenecientes a todos los estratos sociales habían experimentado un trastorno tan repentino e intenso como el de aquella noche (1940/1994, p. 92). El programa (*La guerra de los mundos*) lo escucharon aproximadamente seis millones de personas. Se calcula que cerca de un millón setecientos mil creyeron en la veracidad de la información emitida —pese a haberse aclarado lo contrario en la transmisión—, y que alrededor de un millón doscientos mil registraron algún grado de temor (Wolf, 1994). El poder de la radio parecía quedar confirmado por el hecho de que, antes de la finalización del programa, miles de personas manifestaron su pánico intentando escapar, llorando, o rezando. En consecuencia, y desde el punto de vista teórico, se planteó que el realismo de la comunicación (durante el programa se intercalaron cuatro anuncios que aclaraban su naturaleza “real”, hablaron “expertos” que respaldaban lo que se relataba, se realizaron vívidas descripciones de los “acontecimientos”), sumado a la ciega confianza de las “masas” en las comunicaciones provenientes de medios oficiales, habrían tenido una capacidad de influencia casi ilimitada para dar lugar a la transformación de la conducta colectiva. La audiencia maleable recibía las “balas” que penetraban de manera directa.



Sin embargo, Cantril y sus colaboradores apuntaron que no todas las personas creyeron que se trataba de noticias, así como también que no todos los que creyeron que la invasión era real se comportaron de igual modo ante el peligro (1940/1994, p. 99). Ciertas características de los segmentos de oyentes que se sintieron perturbados habrían sido las responsables de sus reacciones. Las personas que aceptaron el suceso como real contaban con bajos niveles de instrucción formal. Asimismo, tenía incidencia el “clima general de la época”, caracterizado por una prolongada inquietud económica que había alimentado sentimientos de inseguridad en

muchos ciudadanos, así como también por una guerra que muchas personas no comprendían por qué había afectado a Estados Unidos. La carencia de estabilidad económica política habría generado en ciertos individuos un estado psicológico que interfirió en las pautas de juicio que usaron para interpretar la transmisión. Así, con fines explicativos se propuso el concepto de “habilidad crítica”: las personas con niveles de educación e información más altos, y que no se encontraban abrumadas por la situación económica, fueron capaces de contrastar la transmisión con una variedad de pautas de juicios fiables ya adquiridas, sobre las que pudieron apoyar y avalar sus creencias. Esos elementos explicarían las reacciones diferenciales en las manifestaciones de pánico o en el grado de dificultad para el reconocimiento de la naturaleza ficticia del programa que manifestaron distintos componentes de la audiencia. Los citados hallazgos relativizan, entonces, la posición que postula una influencia mediática uniforme y directa sobre el comportamiento individual.

A partir de la década de 1940 no sólo comenzaron a gestarse nuevos paradigmas para la comprensión de la psicología humana y del orden social, sino que también creció el interés por la base empírica de la comunicación de masas. Los medios se transformaron en verdaderos objetos de investigación, abandonándose la exclusividad de la especulación teórica para comenzar a acumular un conjunto importante de datos.

27.2 Las teorías de la influencia selectiva o los efectos limitados de la comunicación

Desde mediados de los años treinta la perspectiva conductista comenzó a considerarse inadecuada. Cobró predominio el cognitivismo y surgieron preguntas relativas a cómo los mensajes podrían afectar las estructuras cognitivas individuales y si ello se reflejaría de algún modo en los comportamientos. Se pasó así del esquema lineal E-R a otro que identifica la presencia de variables intervinientes (E-O-R). Entre dichas variables de intermediación se destacan tres:

- Las actitudes formadas con anterioridad que las personas mantienen hacia los objetos de la comunicación.
- El papel de los grupos sociales en el filtrado de la información que proviene de los medios masivos —es decir, se comienza a reconocer que la información no alcanza a individuos psicosocialmente aislados, sino a personas que forman parte de grupos y comunidades—.
- La selectividad de las funciones cognitivas —exposición, atención, percepción, memoria y aprendizaje selectivos—.

De ese conjunto surgió el apoyo teórico para postular que los efectos de la comunicación de masas serían casi nulos. La tesis de los *efectos mínimos*, de los *efectos limitados* o de las *mínimas consecuencias*, sostiene que los medios ejercerían una pobre incidencia sobre los comportamientos y que, en el mejor de los casos, se limitarían a reforzar las actitudes y predisposiciones previas de cada individuo vía la atención y exposición selectivas. Este fenómeno también se conoce con el nombre de *hipótesis de los efectos nulos*.

Como señalara Klapper, los estudios de este segundo ciclo se proponen dejar de lado la inclinación a considerar las comunicaciones masivas como una causa necesaria y suficiente de los efectos que se producen en el público, para verlas, en cambio, como una influencia que actúa junto con otras influencias en una situación total (1974, p. 7). Klapper revisó el conjunto de los resultados de las investigaciones llevadas a cabo entre 1940 y 1960 y concluyó que los medios no producen conversiones de actitud, sino el refuerzo de predisposiciones anteriores, y

que cuando la comunicación mediática propicia algún cambio es porque operó alguna clase de contingencia facilitadora. A criterio del autor, al ser receptoras activas, las personas se inclinan por exponerse a las comunicaciones que están de acuerdo con sus intereses y actitudes ya existentes, al tiempo que evitan las comunicaciones contrarias y, cuando no pueden eludirlas, con frecuencia no las perciben, o las modifican y reinterpretan para acomodarlas a sus propios puntos de vista, o si las perciben también las olvidan más rápidamente que el material con el que se sienten de acuerdo (1974, p. 19).

Comunicación política y comportamiento electoral

Si bien el interés por la comunicación política se remonta a los clásicos del pensamiento de Occidente, su constitución como campo dentro de las ciencias sociales no comenzó hasta la década de 1950, en Estados Unidos. Las primeras investigaciones tuvieron una orientación dominante: el comportamiento electoral.

Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1944), gracias a un estudio llevado a cabo con una muestra de votantes de las elecciones presidenciales de 1940 en Erie County (Ohio, EE.UU.), efectuaron un hallazgo significativo: descubrieron que las relaciones interpersonales tenían un mayor peso e influencia que la comunicación de masas en la determinación de las actitudes y comportamientos políticos. La tesis surgió de una investigación que inicialmente pretendía evaluar el impacto que las campañas electorales tenían sobre los votantes. Los resultados indicaron, para sorpresa de los investigadores, que para obtener información ligada a las elecciones, la mayoría de las personas tendía más al intercambio informal de ideas con otros individuos del mismo medio ambiente social que al uso directo de los medios de comunicación de masas. Por lo tanto, esas influencias interpersonales comenzaron a tenerse en cuenta como variables explicativas en el área de la comunicación política y el comportamiento electoral.

Lazarsfeld, Berelson y Gaudet denominaron *líderes de opinión* a los individuos más activos y sensibles a los intereses de su grupo, que son proclives a expresar sus opiniones en público. Los definen como aquellas personas que cumplen la función de relacionar a sus propios grupos con las partes relevantes del sistema. Dicen los autores que los líderes de opinión juegan un papel crucial en la red de relaciones personales porque las ideas fluyen desde la radio y la prensa hacia los líderes de opinión, y luego desde ellos hacia los sectores de la población menos activos en política. Así, la “influencia persona-a-persona” actúa a modo de puente sobre el cual los medios masivos de comunicación extienden su influencia (1944, pp. 151-152). En el estudio encontraron que las personas que leían la prensa y escuchaban la radio solían ser aquellas que tenían opiniones y filiaciones políticas bien establecidas. Los de convicciones débiles eran más susceptibles a las influencias y eran también los menos proclives a ser alcanzados a través de los medios de comunicación formales (Lazarsfeld, 1953/1994, pp. 28-29). La evidencia sugería que la información pasa de los medios a los individuos más atentos e informados —líderes de opinión— y que luego ellos retransmiten esa información —junto con su propia interpretación y “traducción” del contenido de las comunicaciones— por canales interpersonales a otros que tienen menor contacto directo con los medios.

Ese proceso se denominó *flujo de la comunicación en dos escalones* o *doble flujo de la comunicación*. La propuesta sugiere que los individuos forman parte de grupos que tienen sus propias normas y valores y que, dentro de ellos, los líderes de opinión cumplirían la función de tamizar o filtrar las comunicaciones procedentes de fuera. Así considerado, el grupo es un

elemento moderador de las influencias externas, y el líder de opinión un mediador entre los medios de comunicación y el grupo. A raíz de este último argumento, la Teoría del doble flujo de la comunicación resultó uno de los principales andamios sobre los que se basó el armazón teórico de las teorías de los efectos mínimos o limitados. Si la obra *La elección del pueblo* se convirtió en un hito, fue porque constituyó el primer hallazgo significativo que hizo sombra a la creencia en el extraordinario poder de los medios. El estudio presenta audiencias que discriminan y seleccionan y para quienes los contactos directos entre personas son más fuertes que la propaganda (Otero, 1996). En síntesis, las relaciones interpersonales se manifiestan como puntos de anclaje de actitudes, opiniones y esquemas conductuales, e implican la existencia de redes de comunicación (Katz y Lazarsfeld, 1955), y las relaciones sociales informales desempeñan un papel significativo porque actúan como modificadores de la forma en que ciertas personas reaccionan frente a un mensaje que les llega a través de los medios de comunicación de masas (De Fleur y Ball-Rokeach, 1989/93, p. 253).

Para continuar acumulando datos, Berelson, Lazarsfeld y McPhee realizaron una segunda investigación en Elmira (Nueva York) en 1948 durante la campaña presidencial, cuyos resultados se presentan en su libro titulado *Votación: un estudio de la formación de opiniones en una campaña presidencial* (1954), obra que corrobora las apreciaciones del estudio de Erie. La afirmación más relevante para la hipótesis de los efectos limitados es la que sostiene que la exposición a los medios durante la campaña se ve afectada por la pertenencia organizacional o grupal, el nivel de educación formal, el estatus socioeconómico y el género. Los autores concluyen que los debates sobre el papel de los medios masivos suelen implicar una influencia simple y directa —como un estímulo directo en un sujeto indefenso—, lo cual resulta una formulación ingenua de los efectos políticos de la comunicación de masas (p. 234).

La comunicación persuasiva



Harold D. Lasswell
(1902-1978)

Desde el marco de una Sociología funcionalista de los medios de comunicación, Lasswell sintetizó algunas de las nuevas preocupaciones de esta etapa. Estimó que un modo adecuado de describir un acto de comunicación surge de la respuesta a la siguiente serie de preguntas: “¿Quién, dice qué, en qué canal, a quién, y con qué efecto?”. Así, propuso que el estudio del proceso de comunicación tiende a concentrarse en tales preguntas (1946/1994, p. 51).

El modelo de Lasswell también se conoce como las “5 W” (*Who says What to Whom through Which channel with What effect*). La fórmula propuesta resultó útil porque permitió categorizar diferentes aspectos involucrados en un proceso comunicativo.

De ese modo se abrió paso a los estudios de las condiciones que facilitan el cambio de las actitudes y a la evaluación de los factores que generan un efecto de persuasión sobre los receptores. En otras palabras: la mirada de los investigadores se volvió hacia la comunicación persuasiva y sus componentes. La *persuasión* puede ser definida como una clase de comunicación cuyo efecto es la creación de opiniones y actitudes donde antes no existían, o el incremento o disminución de la intensidad de las actitudes preexistentes, o la operación de efectos de conversión desplazando las opiniones desde una posición hasta su opuesto.

A partir de los años 50, y hasta iniciada la década de los 70, se investigaron los cambios actitudinales que pueden producirse como consecuencia de la comunicación de masas. En su mayoría, los estudios se realizaron en contextos experimentales. El procedimiento consistía en pedir a un sujeto que expresara su opinión frente a una cuestión para obtener su “actitud precomunitiva”. Luego se le exponía a un mensaje persuasivo que expresara otra posición acerca del mismo asunto. Finalmente, se medían por retest los cambios entre la posición inicial y la actual. Esos resultados eran comparados con los de algún grupo control no expuesto al mensaje persuasivo. Las investigaciones se consolidaron con el desarrollo del programa de investigación en la Universidad de Yale y los trabajos que Hovland y sus colaboradores efectuaron dentro de sus fronteras. Sus aportaciones principales se concentran en dos obras: *Experimentos sobre Comunicación de Masas* (Hovland, Lumsdaine y Sheffield, 1949) y *Comunicación y Persuasión* (Hovland, Janis y Kelley, 1953). Al analizar por separado los componentes —fuente, mensaje, canal y audiencia— obtuvieron conclusiones diferentes.

En relación con la *fuerza* de la comunicación, encontraron que la *credibilidad* del comunicador es la variable con más impacto sobre el cambio de actitud. La credibilidad dependería de dos elementos: de la competencia o experiencia atribuida al comunicador, y de su confiabilidad. Este último factor procedería de la percepción de que el comunicador es sincero, desinteresado, y los receptores no creen que su objetivo sea la persuasión. En una ocasión se presentó a una audiencia de estadounidenses una comunicación referida a las ventajas que devaluar el dólar reportaría para la economía de su país. Las personas modificaron más sus actitudes a favor del punto de vista defendido en el mensaje cuando creyeron que el comunicador era un economista y académico (es decir, alta competencia y alta confiabilidad), que cuando creían que la idea provenía del presidente de una importante empresa financiera (alta competencia, pero baja confiabilidad) (Hovland y Mandell, 1952). Asimismo, una variable como el *atractivo* sería relevante, elemento al que se define no sólo por el aspecto físico de quien comunica sino, ante todo, por la similitud que el receptor percibe que existe entre él y el emisor del mensaje. Finalmente, otra variable que incidiría sobre la capacidad persuasiva sería el *poder*, definido como la capacidad de la fuente para administrar castigos y recompensas (Kelman, 1958).

Con referencia al *mensaje o qué* de la comunicación, se distinguen componentes de *contenido, estructura y estilo*. En cuanto al *contenido*, se facilita el cambio de actitud cuando es comprensible, cuando la cantidad de argumentos no es excesiva, y cuando contiene apelaciones emocionales tanto positivas como negativas. Las apelaciones positivas se refieren a la creación de una atmósfera de buenas sensaciones y a la asociación con sentimientos placenteros: no es extraño, entonces, que en la publicidad veamos a gente que toma Coca-Cola mientras juega al voleibol en una playa soleada, o gente que toma Pepsi mientras lo pasa muy bien en un concierto de rock (Worchel, Cooper y Goethals, 1991, p. 156). Las apelaciones al temor surten efecto sólo bajo tres condiciones: si el mensaje explica al receptor su alta probabilidad de sufrir algo negativo, si le sugiere que esas consecuencias indeseables muy probablemente sucederán si las recomendaciones incluidas en el mensaje no se aceptan, y si el mensaje incluye recomendaciones que aseguren que, de ser adoptadas, se evitarán las consecuencias negativas (Janis, 1967; Janis y Feshbach, 1953).

Los mensajes bilaterales —es decir, los que presentan dos o más “campanas” o “lados” de una cuestión— son más efectivos frente a audiencias con altos niveles de información; mientras que los unilaterales —aquellos que presentan la campana que favorece la posición del comunicador— son más efectivos para persuadir a personas con menores niveles de información o audiencias partidarias y ya ganadas de antemano.

Plantear explícitamente las conclusiones del mensaje incrementa la comprensión de los argumentos, pero si los receptores son capaces de derivar las conclusiones por sí mismos el cambio de actitud resulta mayor y más duradero (Hovland y Mandell, 1952).

También se ha encontrado que en los mensajes se deben incluir tanto los argumentos fuertes como los débiles que concurran a dar apoyo a la posición defendida por el comunicador. Los investigadores coinciden en que se deben incluir todos los argumentos que benefician al comunicador, pero no hay acuerdo respecto a su orden de uso:

- Quienes defienden la presentación de los mejores argumentos hacia el final (clímax) señalan que, si se presenta primero el mejor argumento (argumento fuerte), por contraste perceptual el peor (argumento débil) parecería aún más débil. Además, lo que se ha encontrado en la investigación sobre influencia y, más en concreto, con la táctica conocida como “portazo en la cara”, (véase el Capítulo 21 de este manual) es la eficacia de las concesiones mutuas: si yo he cedido en mi petición, tú también debes ceder. Por eso, en esta táctica se comienza con una petición elevada y, cuando ésta se rechaza (portazo en la cara), se hace una petición menor, que suele ser aceptada.
- Quienes defienden la presentación de los argumentos fuertes al inicio (anticlímax) encuentran respaldo en los resultados de la táctica llamada de la “bola baja” (véase el Capítulo 21), que consiste en convencer a una persona para que realice una conducta sobre la base de una información errónea o incompleta. Cuando se consigue convencer a la persona, aunque posteriormente se le dé la información adecuada, tenderá a mantener su postura inicial, sin que de esa postura se deriven los resultados positivos a los que aspiraba.

En cuanto a la *estructura* del mensaje, entre los factores vinculados a su organización destacan:

- El momento de desvelar la fuente —habría un mayor efecto persuasivo cuando el nombre de un experto se menciona al inicio de la comunicación—.
- El orden en la presentación de mensajes —la efectividad de hablar antes o después de un comunicador que presenta argumentos opuestos varía según la cantidad de tiempo que separa a las presentaciones del momento de la medición de las actitudes. Por ejemplo, cuando un lapso considerable separa las presentaciones de los candidatos del momento de votar, la posición que ha sido presentada primero tiene más probabilidad de ser efectiva (Miller y Campbell, 1959). Sin embargo, presentar el mensaje después del otro candidato sería más efectivo si se estuviera muy cerca del día de las elecciones—.
- El problema de la repetición, ya que ésta facilita la comprensión y retención del mensaje, pero es conveniente realizarla con ciertas “variaciones” en cada mensaje que se emite para no saturar al receptor, lo que llevaría a que dejara de prestar atención.

Por lo que se refiere al *estilo* de presentación, la efectividad parece depender de la fluidez del comunicador, el estilo del habla, así como también de ciertos elementos expresivos no verbales.

Cuando se hace referencia a otro componente como la audiencia o el *a quién* de la comunicación, variables como los niveles de información, la inteligencia, la autoestima y el género tienen relevancia. En cuanto al *canal* o medio para emitir la comunicación, si los impresos permiten la mejor comprensión de los mensajes complejos, los audiovisuales alcanzan a audiencias más heterogéneas y favorecen el entendimiento de los mensajes simples (Chaiken e Eagly, 1976). El Cuadro 27.1 presenta de manera sintética todo este complejo panorama. Véase asimismo el Capítulo 18 de este manual, en el que también se aborda el proceso de persuasión.

Cuadro 27.1: Algunas variables que inciden en la comunicación persuasiva y el cambio de actitud.

Comunicador	Credibilidad Competencia + confiabilidad Atractivo Físico o similitud percibida Poder Para administrar castigos y recompensas
Mensaje	Contenido - Comprensibilidad de los argumentos - Cantidad de argumentos incluidos en el mensaje - Tono emocional: uso de apelaciones positivas y negativas, promesas y castigos - Mensajes unilaterales y bilaterales - Conclusiones explícitas <i>versus</i> implícitas - Orden de presentación de los argumentos según su fuerza (clímax o anticlímax) Estructura - Momento de desvelar la fuente - Orden de presentación de los mensajes - Repetición del mensaje Estilo - Fluidez del comunicador - Estilo del habla - Elementos expresivos no verbales
Audiencia	Inteligencia Autoestima Género
Canal	Medios impresos <i>versus</i> medios audiovisuales

La perspectiva funcionalista

La *perspectiva funcionalista* emergió en la misma época que los estudios de Yale. Se pregunta por las funciones que los medios de comunicación de masas cumplen para la opinión pública. Katz (1959) propuso que más que concentrar la atención en lo que los medios hacen a la gente, habría que evaluar qué es lo que la gente hace con ellos. La *Teoría de las gratificaciones* —también conocida con el nombre de *perspectiva de los usos y las satisfacciones* o *Teoría de los usos y gratificaciones*— surgió en los años 40, ofreciendo un nuevo modo de comprender la relación entre público y medios. Para la perspectiva de los usos y gratificaciones, una noción central es la de *motivación* o necesidad. Por ejemplo, en uno de los primeros estudios realizados desde este enfoque teórico, llevado a cabo por Waples, Berelson y Bradshaw (1940), entre los resultados encontraron que los principales motivos que explican por qué los lectores de periódicos o revistas llevan a cabo dicha práctica son: búsqueda de prestigio, descanso, identificación, seguridad, confianza y goce artístico.

En cuanto a los aspectos metodológicos, esta teoría supone que los individuos son perfectamente capaces de identificar sus propios motivos o necesidades cuando un investigador les pregunta o indaga mediante un método adecuado. El procedimiento mayoritariamente elegido consiste en preguntar a las personas acerca de la importancia que para ellos tiene una determinada necesidad y, en qué medida utilizan algún medio de comunicación de masas para intentar satisfacerla. Por ejemplo, otra de las primeras investigaciones llevadas a cabo con este enfoque teórico fue una ideada por Berelson (1949), quien, a raíz de una huelga de periódicos que tuvo lugar en Nueva York, decidió preguntar a una muestra cuáles eran las razones o motivos que hacían que los lectores echaran de menos la publicación que habitualmente leían. Del análisis de los resultados parecía desprenderse que algunas de las principales funciones cumplidas por la prensa eran: informar e interpretar los acontecimientos, ser una fuente de distensión, atribuir prestigio social, actuar como instrumento de contacto social y constituir parte de los ritos de la vida cotidiana.

Otro trabajo con objetivos similares, pero no dirigido al consumo de prensa escrita, sino a la exposición a la televisión, es el de Greenberg (1974), quien construyó un cuestionario que fue aplicado en Gran Bretaña a una muestra de 726 sujetos de entre 9 y 15 años de edad, con el objeto de encontrar los motivos y gratificaciones que subyacen a la exposición a la televisión en niños y jóvenes. Los resultados, tras realizar un análisis factorial, mostraron siete conjuntos de razones diferentes: aprendizaje, hábito, compañía, activación, distensión, evasión de problemas y obligaciones, y pasatiempo.

El Cuadro 27.2 muestra el resumen realizado por McLeod y Becker (1974) ante la pregunta sobre qué obtenían de la exposición a contenidos políticos transmitidos por televisión.

Cuadro 27.2: *Resumen de los resultados acerca de las campañas electorales y la información política en el proceso electoral.*

Las principales gratificaciones o funciones positivas mencionadas por la muestra consultada fueron	• Vigilancia: saber qué piensan los políticos, qué harán si resultan electos • Guía para votar: ordenar las ideas antes de votar • Comunicación anticipatoria: obtener argumentos que luego se puedan utilizar en discusiones políticas
	• Excitación: especular acerca de las oportunidades de ganar que tiene cada candidato, la emoción de seguir la carrera electoral • Refuerzo: en el sentido más clásico de exponerse selectivamente a los mensajes que apoyan las posiciones defendidas por el candidato a quien se ha decidido votar
Las principales funciones negativas o evitativas mencionadas por la muestra fueron	• Partidismo: evitan exponerse a la información porque ya han tomado una decisión y no quieren obtener nueva información que pudiera hacerlos dudar o cambiar de parecer • Relajación: evitación de los mensajes políticos para alejar fuentes de preocupación • Alienación: se desconfía de los políticos o se percibe que les interesan poco los problemas sociales, por lo que se prefiere no escucharlos.

Fuente: según McLeod y Becker (1974).

Con espíritu de síntesis de lo producido desde esta perspectiva teórica, Katz, Gurevitch y Haas (1973) proponen que las principales funciones psicosociales de la comunicación de masas se dirigen a la satisfacción de cinco tipos de necesidades:

- Cognoscitivas (de comprensión y conocimiento).
- Afectivas-estéticas (refuerzos estéticos y emotivos).
- De personalidad (seguridad, estatus).
- De integración social (refuerzo de contactos interpersonales).
- De evasión (relajación, distensión).

Si bien la teoría de los usos y las satisfacciones resulta interesante porque aportó elementos a favor de la aceptación de la selectividad de las funciones cognitivas, se considera limitada en tanto es básicamente descriptiva y escasamente explicativa. Por lo general, los estudios empíricos que la utilizan como marco de referencia conceptual se limitan a enumerar las razones y motivos que la gente dice tener para seleccionar y atender de manera diferencial a los contenidos de los medios, o a brindar listados de las satisfacciones o gratificaciones que la gente dice que obtiene por prestarles atención (por ejemplo, compararse con los demás, lograr confirmación de la utilidad de la propia existencia, refuerzo de la identidad personal). Por lo tanto, su aportación queda sólo restringida a un plano descriptivo, sin permitirnos ahondar en explicaciones o búsquedas de causas sistemáticas.

27.3 Perspectivas actuales o las teorías de los efectos a largo plazo

A partir de 1970 las hipótesis se dirigieron al modo en que ciertas imágenes, representaciones y explicaciones que los medios transmiten marcan las interpretaciones que las personas realizan. Se recupera la idea de los trabajos iniciales que defendían las potentes influencias de la comunicación de masas. Pero, esta vez, la perspectiva de análisis de la cuestión será radicalmente diferente. Noelle-Neumann sintetizó el espíritu emergente asegurando que después de treinta años en los que el poder de los medios había sido puesto en tela de juicio, una serie de estudios comenzaron a indicar la necesidad de regresar a la idea de que ejercen una poderosa influencia, no ya en términos de efectos directos tal como se sostuvo en un principio, sino planteando que los medios tienen una influencia sutil e indirecta que colabora en la formación de nuestra percepción del entorno (1978, p. 121). Así, se da crédito a la posibilidad de que los medios de comunicación de masas resulten potentes fuentes de influencia, sin por ello negar los hallazgos referidos a la selectividad de las funciones cognitivas puestos en evidencia en la segunda etapa.

El estudio de la influencia mediática se centrará en su posibilidad de modificar las formas de pensar y concebir el mundo social que elaboran los individuos, sin que ellos siquiera se percaten de dicha influencia. En las próximas páginas se presentarán someramente las principales propuestas teóricas de esta última etapa. Entre ellas se incluyen los enfoques críticos, las Teorías de los Efectos Ideológicos, y las funciones de Establecimiento de la Agenda (*agenda-setting*), *Priming* y *Framing*. Todas estas conceptualizaciones, a pesar de sus diferencias, encuentran un punto de coincidencia que permite tratarlas como conjunto: destacan un papel central para los medios en cuanto a la definición de los problemas e ideas que realiza la opinión pública.

Los enfoques críticos

Teoría crítica y Teoría culturoológica

Mientras en Estados Unidos florecían los estudios de orientación empírica y cognoscitiva, en Europa aparecieron otros en radical desacuerdo con esa corriente. Así surgió la *Teoría crítica*, que encuentra sus orígenes en la Escuela de Frankfurt. Los medios de comunicación de masas adquirieron gran importancia en el concepto de *industria cultural* acuñado por Horkheimer y Adorno a finales de los años 40. Lo definen como el proceso que lleva al surgimiento de una cultura que no se forja espontáneamente en la interacción social. Sostienen que las películas, las series televisivas, la radio y las revistas constituyen un sistema armonizado que condiciona el consumo y el grado de libertad del consumidor. En síntesis, desde esta perspectiva se ven los medios de comunicación como formas de dominación cultural (Wolf, 1996, p. 104).

En paralelo a los desarrollos de la Teoría crítica, en Francia se gestó la *Teoría culturoológica*. Según Wolf, su principal característica es el estudio de la cultura de masas, poniendo de manifiesto los elementos antropológicos más importantes y la relación entre el consumidor y el objeto de consumo (1996, p.112). Se privilegia el análisis de la cultura de masas como totalidad. Dentro de ella los medios serían mecanismos que permiten que públicos muy diversos se adapten, y que para aumentar el consumo persiguen la búsqueda de denominadores comunes para “espectadores promedio”. Morin (1960, cit. en Wolf, 1996) denomina *sincretismo* a esa tendencia a utilizar denominadores comunes para homogeneizar los diversos contenidos. El sincretismo tendría importantes consecuencias, entre ellas, la homogeneización de información y ficción: la información adquiere ribetes de ficción, y la ficción gana en realismo. A criterio de Morin, tanto la estandarización como el sincretismo propios de los medios en la cultura de masas tienen un mismo fin: aumentar el consumo, modelando una identidad común que niegue las diferencias y debilitando el papel de las instancias intermedias (como la familia o la clase social).

El CCCS y los Cultural Studies

En el año 1964 se fundó en la Universidad de Birmingham el Centro de Estudios Culturales Contemporáneos (CCCS, por sus siglas en inglés). Entre 1968 y 1979 conoció su época de mayor esplendor bajo la dirección de Stuart Hall. Desde esta tradición, los medios son componentes activos en la elaboración colectiva de definiciones de la realidad y de formas de vida. Se pretende estudiar dialécticamente las estructuras y procesos a través de los que las industrias de los medios de comunicación de masas sostienen y reproducen una determinada estabilidad social y cultural, absorben las contradicciones sociales que emergen, y las integran en el sistema cultural.

A diferencia de la Escuela de Frankfurt y de la Teoría culturoológica, los *Cultural Studies* se centran más en el contenido ideológico de los medios que en la estructura económica, aunque esta no es desatendida. En lo que se refiere a nuestro tema de interés, se destacan los trabajos acerca de la función ideológica de los medios de comunicación. En particular, se interesaron por el efecto ideológico de reproducción del sistema cultural que propician los *mass media*, prácticas de producción que tienden a favorecer la estandarización y el mantenimiento del *statu quo*.

Teorías de los efectos ideológicos

Desde una perspectiva que no pierde de vista la importancia de construir elaboraciones teóricas como las inauguradas por los estudios críticos, pero que no por ello considera menos relevante la necesidad de contar con una base empírica, surge una aproximación alternativa.

Desde ella se propone que los medios son la fuente principal de las definiciones sociales y políticas que circulan en una comunidad. Se argumenta que las prácticas de los medios tienden a reforzar el *statu quo*, perpetuando las normas y relaciones sociopolíticas vigentes, ratificando las opiniones establecidas y privando de representación a otras voces.

En este apartado se hará referencia a dos formulaciones teóricas: la *Teoría de los indicadores culturales* elaborada por George Gerbner y colaboradores, surgida en Estados Unidos en el seno de la *Annenberg School of Communication* de la Universidad de Pensilvania, y la “Teoría de la Espiral del Silencio” formulada por Elisabeth Noelle-Neumann en Alemania, en el Centro de Investigación de la Opinión Pública de Allensbach.

Teoría de los indicadores culturales o las consecuencias de vivir con la televisión

Los estudios de George Gerbner, que surgieron hace más de tres décadas, se centraron en la televisión por considerarla la fuente de imágenes y mensajes más extensamente compartida y el eje común simbólico del ambiente en el que todos vivimos (Gerbner, Gross, Morgan y Signorielli, 1996, p. 35). La define como un sistema centralizado para narrar historias, cuyos dramas, programas informativos y publicidad forman un sistema coherente de imágenes y mensajes que penetran en los hogares (Gerbner, Gross, Morgan y Signorielli, 1982).

A grandes rasgos, puede decirse que la tesis principal de la Teoría de los indicadores culturales” sostiene que la televisión refuerza las creencias y los valores convencionales (Gerbner, 1969; Gerbner y Gross, 1976; Gerbner y cols., 1978, 1980, 1981). Más allá de lo particular de cada mensaje, existiría “un mensaje denominador común” que tiende a sostener el orden moral y social vigente. Ello se derivaría de la “uniformidad” del sistema de mensajes que refleja los valores, creencias y comportamientos convencionales tendentes a perpetuar el *statu quo*, y del realismo con que los medios presentan esa visión uniformada de la “naturaleza” social. A partir de esas premisas, se propone que cuanto más se exponga una persona a la televisión, más se parecerá también su propia visión de la realidad a la presentada por ella.



El marco teórico ofrecido por los indicadores culturales relaciona dos estructuras, a las que presenta como líneas estratégicas de investigación. La primera se denomina *análisis del sistema* y consiste en analizar las principales características y regularidades que la televisión atribuye a la sociedad. Se utiliza el término “indicadores culturales” para denominar esas características atribuidas por la televisión, porque implican una operación cultural de selección, valoración y etiquetamiento. Desde 1967 este equipo de trabajo registra muestreos televisivos anuales de una semana de duración de toda la red de canales de Estados Unidos y los someten a análisis de

contenido para establecer las características de lo que la televisión presenta a los espectadores. La segunda estrategia es la indagación de las percepciones que construye la audiencia o, dicho en otros términos, el *análisis de cultivo* o *aculturación*. Es decir, se investigan los efectos que la exposición a la televisión produce sobre las concepciones de la realidad social que elabora el público. A gente que se expone a la televisión en diferente grado, se le realizan preguntas acerca de las características que cree que tiene la realidad social y política en la que vive.

El desarrollo de la primera de las líneas estratégicas de investigación o análisis del sistema, después del examen de las narraciones de la televisión, arrojó hallazgos significativos sobre tres cuestiones: la representación de la demografía, de los roles de género y de la violencia.

En lo que se refiere a la demografía, se encontró que la televisión ofrece una representación sesgada: se privilegia a los individuos de género masculino, solteros y de raza blanca, de clase media, profesionales, exitosos y de mediana edad. Gerbner señala que en la televisión hay tres veces más varones que mujeres protagonistas y, según otros investigadores, esta proporción se observa hasta en los dibujos animados (y se aplica incluso a los animales). En las series de televisión, la clase media se encuentra sobrerrepresentada y la clase trabajadora infrarepresentada: el “...mito de la clase media como norma del perfecto americano domina el mundo de la televisión...” (Gerbner y cols., 1982). Las poblaciones de menores de 18 años y de personas mayores de 65 están infrarepresentadas. Lo mismo sucede con los negros y los hispanos. Así, Gerbner (1985) advierte que la televisión proporciona una demografía del todo falaz.

En cuanto a los roles de género, se encontraron narraciones convencionales con referencia a las características de personalidad, actividades y aspiraciones que se atribuyen a uno y otro sexo. En los programas televisivos la figura de la mujer aparece asociada a la esfera privada, a la familia o a cuestiones románticas. Para los varones se destinan los papeles profesionales, y para las mujeres se reservan los de ama de casa o subordinada de algún hombre. A las mujeres se les atribuye el atractivo, la ternura y la pasividad, mientras que a los varones el poder, el talento y la racionalidad.

En lo relativo a la violencia, Gerbner y su equipo (1979) hallaron que constituye una constante. Gerbner y Gross (1976) estimaron que más de la mitad de los protagonistas sufre alguna clase de violencia, y que las ocupaciones vinculadas con el mantenimiento de la ley y el orden se encuentran sobrerrepresentadas. Para hacer cumplir la ley, en la televisión se necesitan tres veces más de las personas necesarias en el mundo real. El delito en la programación de máxima audiencia es hasta diez veces más habitual que en el mundo real (Gerbner y cols., 1982). Además, la violencia no se ejerce de modo aleatorio o indiscriminado, sino que víctimas y victimarios responden a perfiles estables. Una de las tesis de los autores indica que el principal efecto de la exposición a la violencia es la acentuación de la sensación de riesgo y vulnerabilidad personal. Ello va generando en las personas comportamientos afines a tales ideas: se incrementa la desconfianza hacia los demás y aumenta la demanda de protección colectiva.

La gravedad de lo descrito radica en que muchos televidentes asumen esas representaciones sesgadas como equivalentes a la realidad. Para dar prueba de ello, se utilizan los resultados de la segunda estrategia de investigación, el análisis de cultivo o aculturación. Para el análisis de cultivo se contraponen tres tipos de datos: los de la realidad objetivada por mediciones estadísticas, los de la “realidad” tal como la describe la televisión, y los de las percepciones públicas obtenidos mediante encuestas —en las que a los encuestados nunca se les menciona dicho medio—. El efecto de cultivo estaría presente en las personas que construyen percepciones más parecidas a las representaciones brindadas por la televisión (*referente refractado*) que a las estadísticas del mundo real (*referente objetivo*).

Para Gerbner, una variable crucial que incide en el mayor grado de cultivo (esto es, que las percepciones públicas se aproximen más al referente refractado que al referente objetivo) son los hábitos de exposición (medidos en términos de tiempo) de los individuos. Sólo una exposición consistente, repetitiva y duradera produce un cultivo estable. Comparó los resultados provenientes de tres clases de televidentes: blandos (ven la televisión menos de dos horas por día), moderados (entre dos y cuatro horas por día) y duros (más de cuatro horas diarias). Los espectadores duros conforman el grupo poblacional sobre el que se corroborará la aculturación. Tras sucesivos análisis, se halló que las creencias y valores de los televidentes duros difieren sistemáticamente de los sostenidos por los televidentes blandos pertenecientes a grupos sociodemográficos equivalentes.

Este proceso se denomina *mainstreaming*: las diferentes perspectivas acerca de los problemas sociales y políticos que es esperable encontrar cuando se compara a personas que son diferentes desde el punto de vista sociodemográfico, se ven anuladas cuando se trata de televidentes duros.

Si bien el género, el nivel de educación u otras variables relacionadas pueden marcar algunas diferencias en el grado de cultivo, los investigadores informan que la variable “hábitos de exposición” es la que resulta crucial. Los televidentes duros tienen representaciones sesgadas y más cercanas al referente refractado (o mundo televisivo) que al referente objetivo en todas las categorías de fenómenos analizados. Por ejemplo, en comparación con las otras dos categorías de televidentes, sobrestiman el número de personas que trabajan como médicos, abogados y atletas, perciben a las mujeres como personas con intereses y capacidades más limitados que los varones, tienen nociones exageradas del predominio de la violencia en la sociedad, y creen que en la actualidad hay menos personas de la tercera edad que hace veinte años.

En lo que se refiere a las orientaciones políticas, en la búsqueda de audiencias amplias y heterogéneas, la televisión adopta una línea “central” sin predominio ideológico. En el caso de los televidentes duros, ese hecho se refleja en que son quienes con mayor frecuencia se autodefinen como “moderados” y evitan hacerlo como “liberales” o “conservadores”. Sin embargo, al analizar sus creencias frente a distintas cuestiones políticas (segregación racial, homosexualidad, aborto y derechos minoritarios) se comprueba que la palabra “moderado” no se corresponde con una línea de centro, sino que se trata de moderados *sui generis* más parecidos a los conservadores que a los liberales.

Durante la década de 1980 se ampliaron las hipótesis y se acuñaron dos nuevas nociones: la *sobreinclusión* y la *resonancia* en relación con los televidentes duros (Gerbner, 1980; Gerbner y cols., Gross, Morgan y Signorielli, 1982). La sobreinclusión se define como una comunidad de puntos de vista semejantes a los del universo televisivo que es mantenida por televidentes duros y que no es mantenida, en cambio, por televidentes ligeros pertenecientes a grupos sociodemográficos equivalentes. La resonancia se refiere a que los televidentes duros decodifican los mensajes que reciben de la televisión en términos de datos que confirman su propia experiencia. La realidad cotidiana y la televisión aportan una doble dosis de mensajes que “resuenan” entre sí y magnifican la aculturación. En particular, la resonancia se ha encontrado en televidentes duros que han sido víctimas de alguna forma de delito.

Al igual que las teorías que se presentarán en las páginas restantes, los trabajos de Gerbner parten de una concepción que permite trazar un hilo conductor entre su propuesta y otras como la de McCombs y Shaw o la de Noelle-Neumann: se concibe la influencia de los medios como sutil, acumulativa y con efectos a largo plazo.

Teoría de la espiral del silencio o cómo se generan los climas de opinión

La *hipótesis del silencio* propuesta por Elisabeth Noelle-Neumann postula que las personas, cuando encuentran que sus opiniones predominan, tienden a expresarlas abiertamente en público, mientras que si hallan que tienen pocos partidarios, entonces se vuelven temerosos, ocultan sus convicciones en público y se mantienen en silencio (Noelle-Neumann, 1984/1995, p. 139). Como resultado, por la inhibición de ciertas opiniones, se genera la doble imagen de que la opinión que recibe apoyo explícito es más fuerte de lo que en realidad es, y la débil más débil aún. Ello da paso a que un punto de vista domine la escena pública y otro desaparezca al enmudecer sus partidarios. Noelle-Neumann sostiene que se refuerza la impresión de debilidad, hasta que el bando aparentemente más débil desaparece, del cual queda sólo un “núcleo duro” que se aferra a sus valores, o hasta que la opinión se convierte en tabú (Noelle-Neumann, 1984/1995, p. 260). Este proceso fue denominado *espiral del silencio* (Noelle-Neumann, 1984/1995, p. 22), y su génesis se explicaría por el deseo de evitar el aislamiento social.

La autora investigó empíricamente su hipótesis mediante encuestas administradas a muestras representativas. La hipótesis de la espiral del silencio involucra dos supuestos:

- Las personas captan intuitivamente el grado relativo de aceptación que tienen las opiniones.
- Adaptan su conducta según la fuerza o debilidad aparente que tengan las diferentes opiniones.

Los resultados corroboraron de modo consistente que los individuos tienen la capacidad de captar cuáles son y cómo se distribuye la frecuencia de las opiniones mayoritarias y minoritarias.

Para investigar el segundo supuesto, a partir de 1972 se comenzó con la administración del *Test del tren*, procedimiento que consta de dos etapas. Primero, se enseña al encuestado un dibujo en el que dos personas conversan acerca de un tema, cada una de las cuales manifiesta un punto de vista opuesto. Se le pregunta al sujeto con cuál está de acuerdo. A continuación, se realiza la pregunta crucial: “Suponga que está empezando un viaje en tren de cinco horas, y hay en su compartimiento una persona que piensa...” y aquí a cada encuestado se le dice que la persona con quien debe compartir el viaje sostiene el punto de vista opuesto al suyo. La pregunta termina así: “¿Le gustaría hablar con esa persona para conocer mejor su punto de vista, o pensaría que no merece la pena?”. El test se administró en 1972, 1973 y 1974 y se realizó con una gran cantidad de temas: la discriminación racial en Sudáfrica, la cohabitación prematrimonial, las centrales nucleares, las políticas de inmigración, el aborto, las drogas ilegales, entre otros. Los resultados de todas las administraciones indican que es factible la medición de la predisposición de las personas a discutir o a permanecer calladas respecto a ciertos temas, en función de cuáles sean sus opiniones.

Así, la autora llega a la formulación de un corpus teórico sobre la base de cuatro supuestos:

- La sociedad amenaza con el aislamiento a los individuos desviados,
- Las personas temen el aislamiento,
- Ese temor es responsable de que los individuos evalúen de manera constante el clima de opinión, y
- Los resultados de esas evaluaciones inciden en sus comportamientos públicos y, en especial, en todo aquello que tenga que ver con la expresión u ocultamiento de sus opiniones.

En ese sentido, Noelle-Neumann afirma que existe en los seres humanos un “sentido cuasiestadístico” que permite realizar esas estimaciones (1984/1995, p. 259). La autora argumenta

que, en gran medida, este proceso está propulsado por los medios de comunicación que crean climas y entornos de opinión en los que se favorece lo socialmente aceptado y establecido por otras voces y se facilita y magnifica el efecto de la espiral del silencio.

Los *mass media* y la construcción de la realidad social

En esta tercera etapa se enfatiza el poder de los medios para llamar la atención acerca de ciertos asuntos y para crear marcos de interpretación de las cuestiones sociales. Se hace referencia a su poder para definir los temas acerca de los cuales una sociedad “debe” pensar y debatir en cada momento. Se atrae el “ojo público” hacia ciertos asuntos, mientras otros son dejados de lado. Se brindan también los estándares y parámetros a partir de los que los acontecimientos “deben” ser comprendidos, explicados y analizados. Como afirma Milburn (1991, p. 131), la estructura y el contenido de las noticias tiene un importante efecto sobre las cuestiones que los individuos consideran relevantes, así como sobre la complejidad con que esos individuos razonan acerca de esas cuestiones.

En este contexto, existen tres procesos que según una importante cantidad de estudios empíricos tienen incidencia sobre la construcción de significado político y la formación de creencias y actitudes políticas. Nos referimos a los procesos de establecimiento de la agenda, *priming* y *framing*.

Establecimiento de la agenda (*Agenda-Setting*)

Un concepto que pone en evidencia la considerable influencia que los medios ejercerían sobre la opinión pública es el de *establecimiento de la agenda*, también conocido como *tematización*. Bernard Cohen (1963, p. 13) señaló que probablemente la prensa no tendrá mucho éxito en señalar a la gente qué pensar, pero sí en decir a sus lectores sobre qué pensar. Así, su influencia sería exitosa al delimitar los asuntos en los que se piensa.

La función del establecimiento de la agenda surgió de estudios realizados en el área de la comunicación política. A partir de los resultados obtenidos en investigaciones que exploraban la influencia de las campañas electorales, McCombs y Shaw (1972) acuñaron el término *agenda-setting* para referirse a una potencialidad de los medios: la de dirigir la atención de la opinión pública hacia ciertos temas particulares que ellos presentan como los más sobresalientes en cada momento. La función del establecimiento de la agenda tendría dos consecuencias principales. En primer término, se sesga la orientación de la atención del público hacia determinados objetos o cuestiones de la escena política y social y, en segundo lugar, la importancia que el público asigna a cada una de esas cuestiones se ve influida por el grado de relevancia que los *mass media* les otorgan.

Shaw sostiene que como consecuencia de la acción de los diferentes medios de comunicación, la opinión pública es consciente o ignora, presta atención o desatiende, enfatiza o pasa por alto, ciertas cuestiones de los escenarios públicos, de manera que lo que la gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos es lo que los *mass media* incluyen o excluyen de su contenido. Además, se tiende a asignar a lo que se incluye una importancia que refleja el énfasis atribuido por los medios masivos a los acontecimientos, problemas y personas (1979, p. 96). Por ejemplo, en Argentina durante el año 2004 el tema de la inseguridad y el delito formó parte de los titulares de portada más destacados por los principales periódicos y medios gráficos del país durante 45 de las 52 semanas que tiene un año. En otras palabras: se situó como un tema de portada en el 86,5% de las semanas del año. No llama la atención, entonces,

que en la agenda de prioridades establecidas por la opinión pública argentina en el mismo periodo según los resultados de diversos sondeos, la inseguridad haya estado siempre entre las tres principales preocupaciones de la gente.

El papel del establecimiento de la agenda fue sometido a prueba empírica en un estudio pionero llevado a cabo por McCombs y Shaw en 1968, durante las elecciones presidenciales en Estados Unidos. Se efectuó un sondeo entre los votantes indecisos de Chapel Hill, Carolina del Norte. Encontraron que las cuestiones que los votantes consideraban más importantes coincidían con el grado de cobertura que obtuvieron esos mismos temas en los medios de comunicación locales. La correlación entre la importancia que un tema asume en la agenda de los medios y la importancia percibida fue positiva y superior a 0,90. De 24 pruebas realizadas, 18 favorecieron la función del establecimiento de la agenda, demostrando que la agenda de los electores se parecía más a la de los medios de comunicación que, por ejemplo, a la establecida por los partidos políticos. A partir de entonces, las investigaciones en comunicación encuentran que las historias abordadas por los medios se vinculan con las cuestiones que el público considera las más importantes del momento (Behr e Iyengar, 1985; Iyengar y Kinder, 1987; Iyengar, Peters y Kinder, 1982).

En síntesis, los datos indican que los medios tienden a representar el mundo social y político de manera uniforme y sesgada, y que el público incorpora esos sesgos en los análisis que efectúa de la realidad. Así, la función de establecimiento de la agenda parece constituir el mapa que sirve de guía a la opinión pública en su travesía por los espacios públicos.

Cuadro 27.3: *Cuatro portadas de periódicos correspondientes a un mismo día.*

La comparación de estas cuatro portadas ayuda a comprender el fenómeno de *establecimiento de la agenda* para un periodo de 24 horas.

Entre todas las cuestiones relevantes, nacionales o internacionales, que los medios podrían haber seleccionado para conformar el principal titular de portada de ese día, se observa la coincidencia de todos ellos y su capacidad para establecer una única cuestión que capturaré la atención de la opinión pública por encima de cualquier otro asunto.

En el ejemplo planteado, la cuestión es el relevo que realizó en Argentina el presidente Kirchner de casi la totalidad de la cúpula de la Fuerza Aérea como consecuencia de un escándalo generado por el contrabando de drogas a España.



Priming —efecto de saliencia— o cómo las noticias adquieren saliencia a la hora de tomar decisiones

Algunos autores creen que los medios hacen algo más que establecer la agenda pública (Weaver, Graber, McCombs y Eyal, 1981). Diversas investigaciones apoyan la proposición de que los

medios no sólo influyen porque resaltan la importancia de ciertas cuestiones sobre otras, sino también porque producen un segundo efecto cognitivo: proporcionan los criterios que las personas adoptan para evaluar las cuestiones sociales y políticas a la hora de tomar decisiones. Como ya señalaran McCombs y Shaw en su estudio inicial (1972), el establecimiento de la agenda es un proceso que afecta tanto a los temas sobre los que pensamos como a la forma en que pensamos en ellos (1972, p. 63). En ese sentido, los efectos del establecimiento de la agenda implican dar a la opinión pública una dirección respecto a un tema y también alterar las normas según las cuales valoramos, por ejemplo, a nuestros líderes políticos (Semetko, 1995, p. 232). La noción de *priming* se refiere, justamente, a esa “extensión” de los efectos de los medios que incide en la elaboración de las normas o estándares a partir de los cuales los ciudadanos evalúan cuestiones sociales y políticas.

Fiske y Taylor (1984, p. 231) definen el *priming* como los efectos de un contexto anterior sobre la interpretación y recuperación de la información. El concepto, inicialmente originado en el seno de la Psicología cognitiva, se sustenta en un importante corpus teórico y de investigación que sugiere que la presentación de estímulos de cierto signo, favorece vía asociación otros conceptos semánticamente relacionados, aumentando así la probabilidad de activar pensamientos de significado semejante (Collins y Loftus, 1975). Jo y Berkowitz (1996) sostienen que cuando las personas oyen, leen o ven un suceso a través de los medios de comunicación, en su mente se activan ideas de significado parecido, que a su vez podrán activar otras ideas semánticamente relacionadas que influirán en las evaluaciones que realizan.

La noción de *priming* se edifica sobre la base de la investigación que ha puesto de manifiesto que cuando las personas toman decisiones consideran la evidencia más fácilmente disponible desde el punto de vista psicológico. Los límites de las capacidades cognitivas tienen diversas consecuencias, entre las que destacan dos. Una de ellas es que la atención es altamente selectiva, y que las imágenes e impresiones tienden a concentrarse alrededor de unos pocos temas (Iyengar y Kinder, 1987). La segunda es que las personas no realizan análisis exhaustivos de la información, sino que normalmente se comportan como “avaros cognitivos” (Fiske y Taylor, 1991, p. 176). Ello significa que se recurre a la utilización de heurísticos o atajos cognitivos (Kahneman, Slovic y Tversky, 1982) para economizar (los capítulos 5 y 7 de este manual, respectivamente “Cognición social” y “Las creencias básicas sobre el mundo social y el yo”, describen y analizan en detalle los principales heurísticos).

En el ámbito de la comunicación, uno de los heurísticos más comunes es la *accesibilidad* o *disponibilidad* y se refiere a la factibilidad psicológica de que una determinada información pueda ser tenida en cuenta por las personas. Los hallazgos empíricos indican que un conocimiento es accesible cuando es reciente, frecuente o está crónicamente disponible (Fiske y Morling, 1996). La accesibilidad heurística, entonces, se refiere al hecho de que cuando una persona debe realizar una evaluación, no toma en consideración todo lo que sabe, sino que utiliza la información que tiene más fácilmente disponible por recencia, frecuencia, cronicidad o vividez.

Según la hipótesis del *priming*, las piezas de información que se utilizan son las que vienen a la mente de manera rápida y automática porque llegan con facilidad a la corriente de nuestros pensamientos. Con respecto a los medios de comunicación, sugiere que la exposición que se da a un contenido o mensaje aumenta en el público la probabilidad de que queden fácilmente accesibles los pensamientos relacionados con el concepto activado por el mensaje (Berkowitz y Rogers, 1986). Las cuestiones que han sido materia de extensa atención para los medios tienen una alta probabilidad de presentarse en los pensamientos de los ciudadanos, amplificando

su impacto sobre las evaluaciones que realicen, activando ideas y tendencias que faciliten un determinado comportamiento. En contraste, los asuntos que han recibido escaso tratamiento no se encontrarán tan fácilmente accesibles y, por lo tanto, es esperable que jueguen un papel mínimo.

Iyengar y Kinder (1987), en su adaptación del concepto de *priming* al área de la comunicación política, afirman que por el hecho de llamar la atención sobre algunas cuestiones mientras se ignoran otras, los contenidos de los medios influyen en los criterios que las personas utilizarán para juzgar a gobiernos, presidentes, políticas, y candidatos (1987, p. 63). Es lógico suponer que, si la gente cree que ciertos asuntos tienen mayor importancia porque reciben una cobertura mediática extensa, esas dimensiones de juicio adquirirán una mayor centralidad al evaluar los méritos de los candidatos políticos (Petty y Priester, 1996, p. 138).

Framing —efecto de encuadre— o cómo se construyen las explicaciones de los acontecimientos

Además de decirnos “acerca de qué pensar” y de aumentar la saliencia e importancia de unos temas sobre otros, los medios de comunicación también nos brindan explicaciones acerca de las causas y consecuencias relacionadas con los temas destacados en su agenda mediática. El efecto de *framing*, justamente, pretende subrayar que las explicaciones que se construyen acerca de cualquier acontecimiento variarán según la perspectiva del marco que se use para encuadrarlo.

El efecto de *framing* o *encuadre* se refiere a la necesidad que tienen los seres humanos de encontrar esquemas para categorizar e interpretar la información que reciben del entorno. En este caso, no interesa el peso relativo concedido por un medio a un acontecimiento (su despliegue informativo, su titulación, entre otros aspectos) sino el modo en que se definen en el mensaje las causas que lo han provocado, sus consecuencias y sus repercusiones: los medios proporcionan las categorías en que los destinatarios de una información pueden ubicarla para darle significado. Con respecto a la comunicación de masas, se ha encontrado que el efecto de *framing* tiene lugar mediante la correspondencia que se establece entre el encuadre —o narrativa de explicación causal— que los medios de comunicación realizan de las historias que presentan, y el encuadre que las audiencias realizan de esos mismos acontecimientos (McLeod, Kosicki y McLeod, 1996).

Se denomina *framing* a la capacidad de los medios de provocar diferentes conclusiones en la audiencia según la forma en que le presentan la información (Iyengar y Kinder, 1987; Iyengar, 1991). Dicho de otro modo: transmiten un marco de referencia que incluye ciertos valores, necesidades, creencias y expectativas que influyen lo que el destinatario extrae de una situación comunicativa. Eso influye en la percepción y atribución de causas, responsabilidades, consecuencias y soluciones, sobre todo cuanto menor sea la experiencia directa que la gente tiene sobre una determinada área temática.

Los estudios en este campo (Iyengar, 1994), que han analizado experimentalmente el efecto de *framing* sobre problemas sociales y políticos como el SIDA, el desempleo, el terrorismo, la desigualdad racial, o la guerra, muestran que se producen sustanciales cambios en las atribuciones que realiza la opinión pública acerca de las causas y responsabilidades de la existencia de dichos problemas dependiendo de cómo los medios los hayan enmarcado y presentado. Aun cuando las historias informativas se presenten en formatos de sinopsis, los receptores recogen los datos sobre un tema y los recomponen en una narrativa causal o en una historia que refleja algún tipo de encuadre (Kinder y Mebane, 1983).

Los experimentos de Iyengar (1989) dirigidos a explorar los tipos de razonamientos causales que las personas usan en sus narrativas son sumamente ilustrativos de esta cuestión. Las historias que presentó a los sujetos pertenecían a dos grandes tipos: historias que se centraban en explicaciones disposicionales (por ejemplo, motivos, habilidades) e historias que se centraban en explicaciones estructurales (política del gobierno, condiciones económicas, entre otras). Así, por ejemplo, encontró diferencias en el modo en que las personas piensan acerca de otras personas según se le plantee al participante en el experimento que esas personas son “pobres” o, en cambio, que son “desempleadas”. La pobreza evoca explicaciones más disposicionales y menos estructurales de lo que lo hace el desempleo. Esto es, se tiende a pensar en la pobreza como algo causado por acciones individuales, mientras que se concibe el desempleo como una consecuencia de causas estructurales. Esas diferencias en los tipos de causalidad atribuida tienen consecuencias políticas. Iyengar encontró que las personas que atribuyen las causas de un problema a fuerzas estructurales tienen más probabilidades de unir ese problema con sus evaluaciones políticas, que la gente que atribuye las historias a causas disposicionales. De la misma forma que la gente tiende a creer que las causas de la inflación son más políticas que las causas del desempleo, también tienden a ver el desempleo como más estructural que la pobreza.

La conclusión es que en el tipo de razonamiento causal que el público realice acerca de un problema influye el razonamiento causal implicado en la historia que se le presenta. Así pues, tanto en los problemas acerca de los que pensamos como en el modo en que explicamos esos problemas acerca de los que pensamos influyen profundamente los medios de comunicación.

27.4 Resumen

Al inicio del capítulo se planteó que los estudios sobre la comunicación de masas comenzaron en las tres primeras décadas del siglo XX. Se explicitó que se desarrollaron tres grandes paradigmas sucesivos, cada uno de los cuales postuló una particular cosmovisión de los efectos que los medios producirían sobre las creencias y actitudes de la opinión pública.

Desde el *Modelo hipodérmico* se sostenía que cualquier mensaje presentado adecuadamente produciría efectos instantáneos y masivos en la audiencia. En una segunda etapa, iniciada en la década de 1940, vimos que esa posición fue abandonada en favor de una postura radicalmente opuesta: la *Tesis de los efectos mínimos*, sustentada en el descubrimiento de la selectividad de las funciones cognitivas, que permitió a los investigadores afirmar que el poder de los medios para cambiar las actitudes sería mínimo y que, a lo sumo, su alcance serviría para reforzar las actitudes ya existentes.

Sin embargo, se comentó la posterior evidencia que sugirió que, si bien los procesos selectivos operan a corto plazo, a largo plazo los puntos de vista de los medios no serían tan inofensivos y podrían ejercer considerable influencia sobre las opiniones. En ese contexto surge todo un nuevo conjunto de teorías e hipótesis —*Teoría de los indicadores culturales*, *Espiral del silencio*, *Agenda-setting*, *Priming* y *Framing*— que si bien no niegan los hallazgos de la segunda etapa, examinan los efectos a largo plazo de la exposición a los medios de comunicación.

Los nuevos desafíos quedan muy bien ejemplificados en trabajos como los de Gerbner y su equipo, que no minimizan la importancia de la selectividad de las funciones cognitivas ni desvalorizan la investigación referida al cambio de las actitudes, pero que con la introducción del concepto de *cultivo* intentan ir más allá del plano de los “efectos”. Paradójicamente, Gerbner encuentra que una segunda lectura de los datos recolectados durante la fase denominada de los *efectos mínimos*, podría llevar a la conclusión exactamente opuesta: ese “ningún cambio” o “mero refuerzo” de las actitudes podría ser, en realidad, el reflejo de la fuerza de un proceso del cultivo diario, que da como resultado actitudes resistentes al cambio. Los *efectos mínimos* serían entonces mínimos respecto al cambio, pero máximos respecto al mantenimiento del *statu quo*.

Términos de glosario

Establecimiento de la agenda

Framing

Hipótesis del silencio

Indicadores culturales (Teoría de los)

Priming

Lecturas y otros recursos recomendados

D'Adamo, O., García Beaudoux, V. y Freidenberg, F. (2000). *Medios de comunicación: efectos políticos y opinión pública: una imagen, ¿vale más que mil palabras?* Buenos Aires: Belgrano. Presenta un completo análisis de los medios de comunicación en la actualidad, en el que se incluye también una visión histórica. Describe con detalle una investigación realizada por los autores en Argentina y España, con ejemplos de *priming* y *framing*.

D'Adamo, O., García Beaudoux, V. y Freidenberg, F. (2007). *Medios de comunicación y opinión pública*. Madrid: McGraw-Hill.

Igartua, J. J. y Humanes, M. L. (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.

Un recorrido prácticamente exhaustivo sobre las teorías de la comunicación y los métodos de investigación utilizados más habitualmente en este campo. Culmina con una amplia exposición de las principales aportaciones al estudio de la comunicación, tanto desde el campo de la Sociología como de la Psicología.

McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*. Madrid: Paidós Comunicación.

West, R. y Turner, L. H. (2005). *Teoría de la Comunicación: Análisis y aplicación*. Madrid: McGraw-Hill.

Un resumen muy atractivo y bien escrito en el que se presta especial atención a los protagonistas del hecho comunicativo. Se comienza por el diálogo (dos personas) para pasar, a continuación, a las relaciones, a los grupos y a las organizaciones, hasta desembocar en el público. En la parte final se dedica un apartado a explorar las relaciones entre la diversidad cultural y la comunicación.

Psicología social aplicada

Encarnación Nouvilas Pallejá

Objetivos

- Encontrar las coordenadas históricas en el desarrollo de la Psicología social que evidencian la necesidad de la aplicación en el área.
- Resaltar la relación entre lo básico y lo aplicado como dos tendencias en una misma disciplina.
- Revisar las principales aportaciones teóricas que se han realizado en el ámbito aplicado.
- Definir la Psicología social aplicada a través de las distintas aportaciones de los investigadores en su evolución.
- Destacar el papel de la Psicología social aplicada en la resolución de los problemas sociales y en el aumento de la calidad de vida.
- Revisar algunos de los numerosos campos de aplicación de la Psicología social.

28.1 Introducción

Todos los capítulos anteriores muestran los conocimientos que la Psicología social ha acumulado durante sus años de trabajo como fruto de la investigación. Este capítulo da un paso más y plantea de qué manera estos hallazgos nos ayudan a resolver los problemas sociales que se plantean y vivimos en la actualidad. No es necesario más que abrir el periódico para darse cuenta de los problemas que ocurren en el ajuste entre las personas y la sociedad en la que se desarrollan. Los conflictos bélicos, el ataque a los derechos humanos, la demanda de nuevos derechos sociales, el aumento de la delincuencia, el acoso o los problemas de salud en los centros escolares, las faltas de atención y violación de los derechos en los centros de salud y hospitales, entre otros muchos, son ejemplos de las situaciones que se abordan desde la

perspectiva psicosocial. La Psicología social aplicada se aproxima al estudio de estos aspectos para aportar, además de una explicación, una intervención que nos ayude a conseguir calidad de vida y bienestar.

La Psicología social aplicada emplea los hallazgos y los métodos de la Psicología social para afrontar los problemas que les surgen a las personas en su relación con la sociedad, con el fin de favorecer el entendimiento, el desarrollo y el bienestar social. De una manera activa y dinámica, la disciplina que nos ocupa intenta dar respuesta a los problemas sociales replanteándolos desde su perspectiva psicosocial e introduciéndose en los contextos en los que se producen. Con una historia reciente, como revisaremos brevemente a continuación, se adapta a los cambios sociales, cuyo estudio le aportan actualidad y relevancia. Según Sadava (1997, p. 9), aunque pudiera haber algo de ingenuidad en el optimismo de los pioneros, “por otro lado, la Psicología social ha hecho contribuciones importantes para la mejora de las sociedades y de la condición humana”.

En este capítulo introduciremos unas líneas generales sobre las aplicaciones de la Psicología social. Se destacan, para ello, los aspectos fundamentales sobre los que se ha ido desarrollando la aplicación psicosocial. Abordaremos la definición de la Psicología social aplicada dentro de la Psicología social, y plantearemos algunas cuestiones fundamentales que están presentes en la mayoría de las reflexiones sobre esta área. Finalmente, introduciremos unas líneas básicas sobre la intervención psicosocial y sus campos de aplicación.

28.2 La relación entre lo básico y lo aplicado en Psicología social

La Psicología social está constituida tanto por sus teorías y metodología como por sus aplicaciones. Por ello, podemos afirmar que se está haciendo Psicología social tanto si se trabaja desde una perspectiva básica como si se hace desde una perspectiva aplicada. Sin embargo, la relación entre ambas aproximaciones ha sido objeto de un amplio debate. Sin entrar de lleno en él, ya que excede los objetivos de este capítulo, plantearemos someramente algunas de sus coordenadas esenciales. Si nos parece necesario revisar brevemente algunos acontecimientos en el desarrollo de las aplicaciones de la Psicología social que, precisamente, resaltan esos periodos en los que ambas tendencias se aproximan y llegan a convivir juntas, y otros en los que se produce una separación entre ellas.

Una breve historia

Es difícil señalar el momento concreto en el que puede situarse el surgimiento de la Psicología social aplicada. Algunos autores lo remontan a los años treinta, asociándolo a los trabajos de Kurt Lewin (Schneider, Gruman y Coutts, 2005). Otros lo sitúan bastante más tarde debido a la llamada “crisis” de la Psicología social. En realidad, es lícito pensar que la aplicación en Psicología social surgió en el mismo momento que la disciplina, ya que la aplicación es sustancial a su desarrollo teórico y metodológico. Si bien esta afirmación no está ausente de polémica, en nuestra exposición partimos de la consideración de una única Psicología social, independientemente de que su aportación sea básica o aplicada.

El desarrollo de la aplicación en Psicología social ha estado condicionado tanto por los acontecimientos sociales (p. e. las dos guerras mundiales), como por las circunstancias que han caracterizado la evolución de la propia disciplina (p. e. la “crisis” entre los años 1965 y

1980), a los que se asocian momentos de desarrollo o de depresión. Asimismo, cabe destacar la influencia de algunos psicólogos sociales relevantes, en este caso fundamentalmente de Kurt Lewin. El legado de este autor en esta área fue, como señalan Schneider, Gruman y Coutts (2005), hacer hincapié en la integración de la teoría, la investigación y la práctica.

En general, se produce una expansión de la aplicación psicosocial en situaciones en las que emergen gran cantidad de problemas sociales, a los que la Psicología social se plantea responder. En este sentido, uno de los momentos brillantes de la aplicación de la Psicología social se vivió en los años cuarenta a raíz de la II Guerra Mundial. La situación bélica hace relevantes determinados problemas, como la influencia de la propaganda, la escasez de productos de primera necesidad, las características de los soldados y su adecuación a la situación de combate, el estrés, o la fatiga y la moral en esta misma situación. Esto produce un importante incremento en los trabajos aplicados y un desarrollo metodológico paralelo al teórico. Aparece, como la califica Deutsch (1975), una Psicología social *socialmente útil*. Una Psicología social moderna que, como señala el mismo autor, “nace preocupada por el desarrollo del conocimiento que tenga una relevancia social inmediata” (p. 1). Como modelo de esta Psicología se proponen los trabajos de Lewin y colaboradores (1939) sobre el liderazgo autoritario y democrático, y los de Sherif (1966) sobre la solución de conflictos (véase, Schneider, Gruman y Coutts, 2005).

Sin embargo, la corriente aplicacionista encontró resistencia en los sectores que defendían en mayor medida los aspectos teóricos de la disciplina y la investigación experimental. Se produce entonces un retroceso en el desarrollo conjunto de las dos vertientes de la Psicología social (básica y aplicada) y su consecuente escisión. El mismo Lewin llegó a afirmar que la propia expresión *Psicología aplicada* se veía como algo oscuro, como un procedimiento poco científico, aunque demostrase tener un valor práctico.

Merece la pena detenerse a destacar las causas de este estado de cosas, según el análisis que hace Deutsch (1975). Este autor agrupa los factores en:

- *Internos a la propia disciplina*: la necesidad de los psicólogos sociales de asegurar la corrección científica de sus trabajos les lleva a centrarse en la metodología experimental, bajo el supuesto de que el ingenio experimental puede lograr llevar al laboratorio los fenómenos psicosociales de relevancia.
- *Relacionados con las medidas adoptadas por las universidades*: la Universidad refuerza la realización de trabajos experimentales, puesto que los trabajos aplicados requieren mayor diversidad teórica, el conocimiento del contexto concreto en el que se realiza la investigación y, generalmente, implican una mayor inversión de tiempo y de recursos que los trabajos de laboratorio.
- *Factores que reflejan influencias sociales*: las condiciones políticas y la situación vital del psicólogo social hacen que el acceso a los recursos para los trabajos aplicados en contextos naturales sea más bien difícil y, por tanto, escasas las probabilidades de llevarlos a cabo.

Las diferencias metodológicas entre las aportaciones básicas y las aplicadas, en un período de auge del experimentalismo, explica la separación de estas dos tendencias (entre los años cincuenta y finales de los sesenta). Sánchez Vidal (2002) señala que la separación de los seguidores de Lewin es un factor de importancia en esta escisión. Los experimentalistas se reunieron en el Centro para la Investigación de la Dinámica Grupal y los aplicacionistas en los Laboratorios Nacionales de Adiestramiento. Es una etapa de desarrollo de importantes cuestiones de la Psicología Social, como la percepción de grupo, las actitudes, la persuasión, el comportamiento colectivo y la conducta prosocial.

Por otra parte, durante los años sesenta van surgiendo críticas a la validez de los hallazgos realizados en el Laboratorio, a su escasa relevancia social y a la falta de utilidad para afrontar los problemas de la sociedad. Todo ello produjo la llamada “crisis” de la Psicología social, en general, aceptada por unos y rechazada por otros. Pero, indiscutiblemente, esta situación estimula el planteamiento y la producción de los trabajos aplicados, para poner la Psicología social al servicio de la sociedad. De manera que la Psicología social aplicada aparece como una respuesta a las demandas sociales, a la falta de relevancia de los trabajos de la Psicología Social dominante y a la puesta en duda sobre la validez de la metodología experimental.

En la actualidad, se reconoce ampliamente en Psicología social la necesidad de estudiar los fenómenos socialmente relevantes y de actuar sobre los problemas que surjan en la sociedad. Junto a la metodología experimental, que no siempre es la más adecuada, se introducen nuevos métodos que permiten hacer estudios de los fenómenos psicosociales en los contextos naturales tal y como suceden. La tendencia aplicacionista en la disciplina se asocia con la constitución de la Psicología social aplicada, localizada en los primeros años ochenta (Sánchez Vidal, 2002).

La dicotomía básico-aplicado

Una vez que conocemos la forma en que surge la aplicación de la Psicología social, cabe preguntarse sobre el tipo de relación que se establece entre lo llamado *básico* y lo denominado *aplicado* en Psicología social.

En la actualidad es difícil pensar en la existencia de una separación entre lo básico y lo aplicado. Según algunos autores, esta oposición “no cumple ni siquiera una función heurística”, e incluso se llega a afirmar que “mucho menos la (función) de servir de base para el paso desde un supuesto corpus acumulado de conocimientos teóricos a la resolución de los problemas reales de la sociedad” (Morales, 1984, p. 702). Otros autores defienden posiciones contrarias. Así, Bickman (1980, 1981) resalta las diferencias entre la orientación básica y la aplicada en Psicología social y subordina la segunda a la primera. En esta misma línea, Deutsch (1975, 1980) acepta esta distinción, si bien suaviza las diferencias hablando de una *orientación dirigida a la teoría*, y de otra *orientación dirigida hacia la práctica*. Desde una posición integradora, Blanco (1985) propone que la Psicología social aplicada se puede definir por su comparación con la básica, considerándolas los extremos opuestos de un continuo que, en su totalidad, constituyen la Psicología social. Para ello, compara las dos tendencias en función de sus fines y propósitos, métodos, contexto y estilo, tal y como esquematizamos a continuación.

Cuadro 28.1: Propuesta integradora de la Psicología social básica y aplicada.

	Psicología Social Básica	Psicología Social Aplicada
1. Fines y propósitos	Descripción y relación entre variables	Relaciones significativas de carácter práctico con resultados socialmente relevantes
2. Metodología	Validez interna Construtto de causa Único nivel de análisis Único método Método experimental Alta precisión Método conductual	Validez externa Construtto de efecto Diferentes niveles de análisis Múltiples métodos Método cuasiexperimental Baja precisión Autoinforme

Continúa

	Psicología Social Básica	Psicología Social Aplicada
3. Contexto	Universidad Laboratorio Despreocupación por el tiempo Corta duración Iniciativa propia Poca conciencia de costos Flexible Estable Unidisciplinaria Autónoma	Calle, organizaciones, servicios Campo Tiempo real Larga duración Cliente, patrocinador Alta conciencia de costos Poco flexible Poco estable Multidisciplinaria Dependiente
4. El investigador	Especialista Trabaja en solitario Orientación hacia los colegas Compensación media Alto prestigio Evaluación por publicaciones Habilidades sociales medias	Técnico general Trabaja en equipo Orientación hacia los clientes Alta compensación Prestigio medio Evaluación por la experiencia Habilidades sociales altas

Fuente: Blanco (1985, pp. 22-24).

Varela (1978) va más allá y convierte la aplicación en una *tecnología social*. Se centra en la distinción entre *investigación* y *aplicación* y entre *ciencia pura* y *tecnología*. Como veremos más adelante, este autor considera que “el proceso mental que se sigue en las ciencias sociales no es demasiado diferente del que se requiere para resolver problemas de ingeniería” (p. 158). Desde este punto de vista, el psicólogo social aplicado se nutriría de las teorías básicas para aplicar en cada caso la que mejor convenga para la solución de un problema concreto.

Otras posturas menos extremas reconocen una diferencia, aunque sea mínima, entre lo básico y lo aplicado. Aquí cabe citar a autores como Hollander (1978), Saxe y Fine (1980) y Kidd y Saks (1980) (véanse Morales, 1984; Sánchez Vidal, 2002). Parece que, aunque por razones distintas, estos autores consideran que los estudios básicos y los aplicados tienen pocas diferencias y que deben desarrollarse juntos. Hollander (1978) resalta las situaciones en las que el trabajo básico puede dar lugar a aplicaciones y concluye que no es necesario elegir entre lo básico y lo aplicado, ya que los dos pueden ayudarse mutuamente. De forma similar, Saxe y Fane (1980) consideran que, con la incorporación de nuevos métodos de investigación en Psicología social, no tiene cabida la distinción clásica entre lo básico y lo aplicado. También Kidd y Saks (1980) sólo aceptan que puede haber diferencias mínimas en función del contexto (véase Morales, 1984).

Una postura más radical, en cuanto a la negación de la existencia de diferencias entre lo básico y lo aplicado es la de Proshansky (1981) y la de Gergen y Basseches (1980) (véanse Morales, 1984; Sánchez Vidal, 2002). En general, estos autores consideran que la distinción básico-aplicado no tiene sentido, aunque aluden a razones distintas para rechazarla. Proshansky (1981) niega la existencia de una Teoría psicosocial básica formada por leyes psicosociales básicas, en

gran medida porque cree que la metodología experimental no es adecuada para estudiar los fenómenos sociales. Por su parte, Gergen y Basseches (1980) creen que la interacción psicosocial ocurre siempre en un determinado momento histórico del que no se puede aislar. Por ello, es arriesgado hablar de conocimiento básico en abstracto.

Independientemente de las perspectivas sobre la dicotomía básico-aplicado, parece preferible inclinarse por aceptar la relación entre ambas opciones en lugar de centrarse en sus diferencias. Como señala Sánchez Vidal (2002), los dos enfoques se pueden considerar interdependientes. Lo contrario llevaría al absurdo de que, sin orientación básica, la Psicología Social se convertiría en una tecnología que no aportaría nada o muy poco al desarrollo social o, al absurdo contrario, es decir, sin una perspectiva aplicada en Psicología Social, la disciplina caería en la esterilidad y la ineficacia. Se plantea, en consecuencia, la necesidad de una *Teoría de la intervención psicosocial*, que proporcione un modelo de práctica y de rol interventivo a la Psicología social.

Sobre estas consideraciones, aunque poco formalizados, se han elaborado unos modelos que enmarcan la aplicación en Psicología social. Para comprenderlos adecuadamente, por un lado, y como base teórica e impulsora del trabajo aplicado en Psicología social, por otro, es necesario trazar las coordenadas fundamentales de la investigación-acción propuesta por Lewin (1946, 1948, 1978). Es igualmente interesante el enfoque de Fisher (1982), que relaciona la teoría, la investigación y la práctica sobre las mismas bases.

La investigación-acción

Lewin (1946, 1948, 1978) aporta, si no un modelo estructurado, sí la idea fundamental sobre la que se han inspirado parte de los planteamientos conceptuales en los que se ha basado la aplicación de la Psicología social en busca de la relevancia social. La *investigación-acción*, como concepción del ejercicio del psicólogo social, se adelanta a su tiempo y añade a la investigación básica la investigación práctica, ambas interdependientes entre sí. Lewin, por tanto, rechazaba la separación entre la investigación básica y la investigación aplicada en la Psicología social. Así lo demuestra el conocido párrafo que reproducimos a continuación.

“Sería muy desafortunado si la tendencia hacia la Psicología teórica se debilitara por la necesidad de tratar con grupos naturales al estudiar ciertos problemas de Psicología social. No se debe ser insensible, sin embargo, al hecho de que este desarrollo ofrece grandes oportunidades tanto como amenazas a la Psicología teórica. La desventaja más grande de la Psicología aplicada ha sido el hecho de que, sin auxilio teórico adecuado, tuvo que seguir el costoso, ineficaz y limitado método de ensayo y error. Muchos psicólogos que hoy trabajan en un campo aplicado son agudamente conscientes de la necesidad de una estrecha colaboración entre la Psicología teórica y la aplicada. Esto puede conseguirse en Psicología, como en la Física, si el teórico no mira hacia los problemas aplicados con aversión erudita o con temor de los problemas sociales, y si el psicólogo aplicado comprende que no hay nada tan práctico como una buena teoría”.

Fuente: Lewin, 1978, p. 161.

Lewin establece una diferencia entre ambas perspectivas (teórica y práctica) en la Psicología social, pero advierte claramente de los riesgos de que ambas se desarrollen de forma independiente. Es decir, que el teórico no aborde los problemas sociales ni persiga el cambio social, y

que el práctico no fundamente su actividad en los conocimientos teóricos. Considera, además, que las promesas de la Psicología social se alcanzan con mayor facilidad si existe una colaboración entre la investigación orientada a la teoría y la investigación orientada al problema.

Lewin asocia la investigación al *cambio social* y busca un conocimiento que pueda ser útil para producirlo. La *investigación-acción* es la que se hace en contextos problemáticos, y tiene una utilidad social y teórica (Rodin, 1985). Es una investigación realizada de forma activa. Se investiga la acción social que, a su vez, genera más acción, según un esquema similar al que se presenta a continuación:

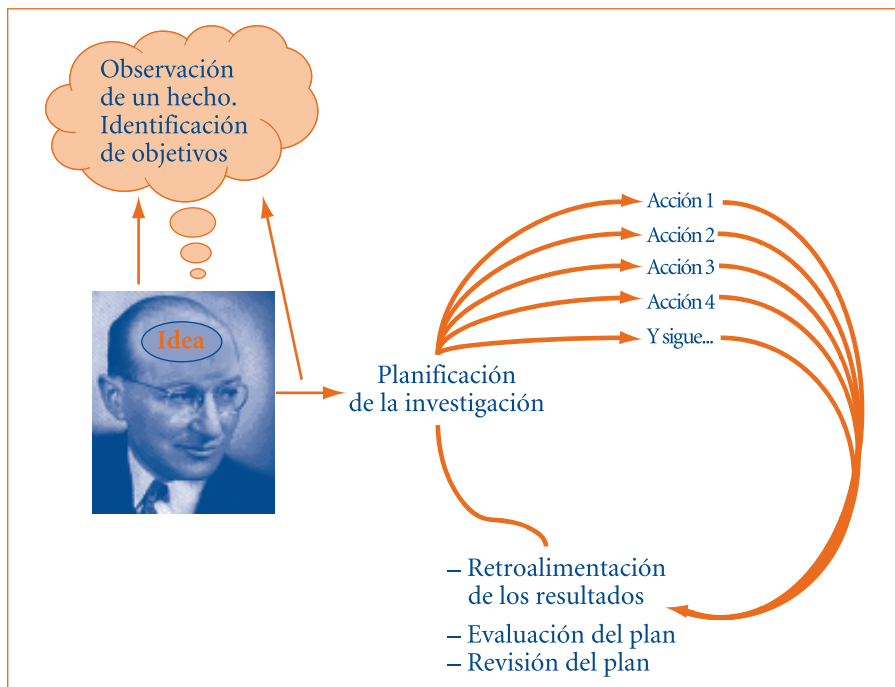
- La observación de un problema socialmente relevante.
- Genera un intento posterior de modificarlo, por medio de la utilización de conocimientos teóricos, con los que se puede lograr el cambio social, de forma que, a través de esta sucesión de pasos, los resultados obtenidos permiten aprender, tanto de los experimentos realizados, como de los fenómenos observados.

Todo ello tiene lugar dentro de ciclos recurrentes de *planificación, actuación y evaluación*. Se consigue así, de forma simultánea, resolver los problemas y aportar conocimientos nuevos. Los psicólogos sociales aplicados, según este proceso, deben investigar con rigor científico los efectos de las intervenciones prácticas que realicen para resolver los problemas sociales. Y, en el mismo sentido, los psicólogos sociales que se centren en el trabajo teórico no deben alejarse de la realidad, sino ser capaces de observar y encontrar los problemas sociales a los que aplicar sus conocimientos. La investigación-acción también tiene una orientación *participativa* que introdujo Lewin a partir de su trabajo con grupos (López-Cánabaz y Chacón, 1997).

La investigación-acción fue una alternativa a la investigación tradicional que se realizaba hasta la II Guerra Mundial. Fue, sin duda, una gran aportación que proporcionó el marco de rigor que necesita la orientación aplicada o práctica y la acción social que requiere la orientación básica o de investigación. Sin embargo, no ha estado exenta de críticas por su ambigüedad y falta de viabilidad (Sánchez Vidal, 2002).

Cerca de la investigación-acción, la *investigación participativa*, de tradición hispanoamericana, va algo más allá (Cancian, 1998; Freire, 1970; Maguire, 1987). Hace hincapié en el trabajo e intervención con las personas a las que va dirigida la acción. Los receptores tienen mayor implicación y participan en las diferentes etapas de la investigación desde el grupo o la comunidad. Tanto la investigación-acción como la investigación participativa constituyen formas de aplicar e implicar a la Psicología social en los problemas sociales para actuar sobre ellos. Comparten valores y creencias críticas respecto a la Psicología social dominante, pero, a la vez, se diferencian claramente en algunas de sus características (Brown y Taddon, 1983). La investigación participativa toma como punto de partida la desigualdad de poder entre los grupos sociales. Considera esa desigualdad como origen del conflicto y la necesidad de una transformación o cambio de esta situación a base de proporcionar poder a los que carezcan de él. Desde este punto de vista, se trata de un enfoque en el que se trabaja en el dominio societal, mientras que la investigación-acción se centra en procesos de naturaleza individual, interpersonal y grupal. Además, el enfoque participativo requiere la participación fundamental de las personas a las que va dirigida la acción y deja más abierto el proceso de trabajo realizado en el contexto natural, mientras que la investigación-acción marca un proceso cíclico de intervención, evaluación y reorientación del plan de acción (Senn, 2005), tal y como se esquematiza en la Figura 28.1.

Figura 28.1: Proceso de investigación-acción (Lewin, 1947), adaptado de Schmeider y cols. (2005).



Teoría, investigación y práctica

Fisher (1982), en su libro *Social Psychology: An applied approach*, introduce una forma de integrar la teoría, la investigación y la práctica en Psicología social que, sin constituir un modelo formal, representa una aportación importante al área y reúne los aspectos fundamentales del enfoque de la investigación-acción de Lewin (Blanco, Fernández-Dols, Huici y Morales, 1985; Sánchez Vidal, 2002). Desde esta perspectiva, apoya el desarrollo de la Psicología social aplicada a través de trabajos de investigación y acción en contextos reales.

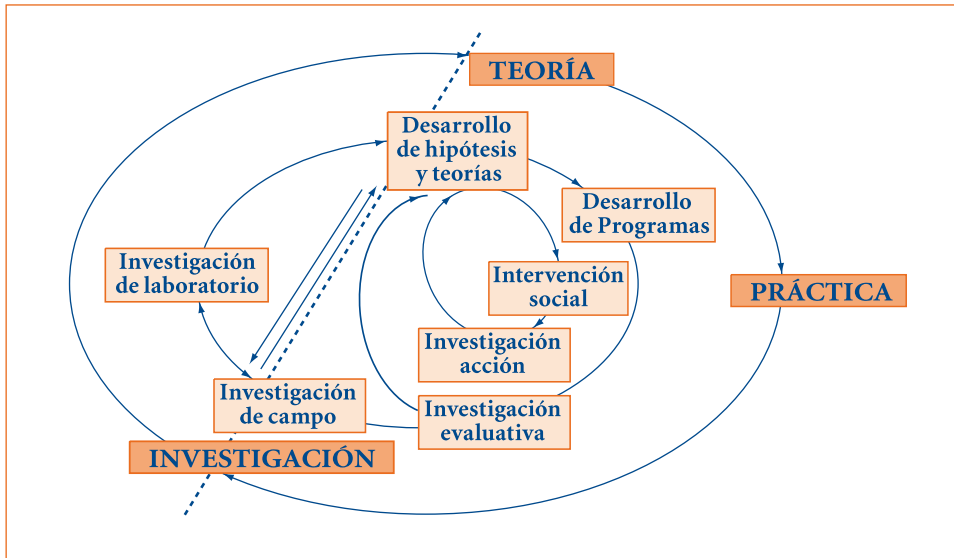
Para Fisher, la teoría, la práctica y la investigación se relacionan y retroalimentan dentro de un mismo campo. Esta relación la explica gráficamente (véase la Figura 28.2) dentro de un diagrama en el que la parte derecha representa la dinámica fundamental del proceso de la Psicología social aplicada, y la parte izquierda la de la Psicología teórica de corte experimental. A grandes rasgos, el gráfico enmarca todo el proceso de desarrollo de ambas tendencias en un bucle externo que relaciona la teoría, la práctica y la investigación:

- En el interior se ubica el desarrollo de teorías e hipótesis. Estos constituyen el corazón del proceso y el nexo entre ambas perspectivas. De él parten y en él desembocan los diferentes elementos de cada una de ellas:
 - Para la Psicología social aplicada, la práctica se asocia a la investigación social, a la investigación-acción, a la investigación evaluativa y al desarrollo de programas. Todo

ello basado en las teorías y el desarrollo de hipótesis, a las que de nuevo incorporan los hallazgos de las aplicaciones en contextos reales.

- En la Psicología social de tipo teórico-experimental (que ocupa la parte izquierda del diagrama) la investigación se realiza en el laboratorio y en el campo, y su base, al igual que sucedía con la Psicología social aplicada, es la teoría y el desarrollo de hipótesis a las que también incorpora los resultados de la investigación (véase la Figura 28.2).

Figura 28.2: Ciclo teoría, investigación y práctica.



Fuente: Fisher (1982; tomado de Blanco, Fernández-Dols, Huici y Morales, 1985).

En definitiva, las relaciones dinámicas que presenta Fisher constituyen una aportación importante para esclarecer la relación entre la tendencia teórica y la práctica en Psicología social, dentro de una perspectiva claramente influida por Lewin, que permite integrar la teoría, la investigación y la práctica.

28.3 Aproximaciones teóricas

A partir del modo en que se combinan lo básico y lo aplicado surge la necesidad de integrar ambas formas de conocimiento. Con objeto de responder a esta necesidad, se plantean unos *modelos de aplicación* que intentan mostrar cómo pueden utilizarse los conocimientos de la Psicología social desde esta perspectiva. No es difícil deducir las alternativas. Así lo hacen Kidd y Saks (1980; véase Sánchez Vidal, 2002), que sugieren tres posibilidades admisibles:

- La Psicología Social Aplicada *como una derivación directa* de la investigación básica en Psicología Social.
- La Psicología Social Aplicada *como disciplina autónoma* y, por tanto, con un corpus de conocimientos y metodología propios.
- La Psicología Social *como Ingeniería social* que seguiría los planteamientos de Varela, expuestos anteriormente.

Estas sugerencias de Kidd y Saks (1980) coexisten con una serie de modelos que permiten seguir abriendo camino entre lo básico y lo aplicado:

- En primer lugar, se encuentra la posición de la *Tecnología social*, como un enfoque centrado en la práctica y la resolución de problemas, sin planteamientos teóricos.
- En segundo lugar, cabe mencionar la propuesta de Cialdini en su *Modelo del ciclo completo*, que resalta el seguimiento de una rigurosa metodología.
- Finalmente, conviene destacar el *Modelo de la teoría-praxis* y el *Modelo comprensivo de la Psicología social aplicable*, que parten del rechazo de la separación básico-aplicado en Psicología social.

Tecnología social

Varela (1975) parte, como ya hemos señalado, de las diferencias entre la *investigación* y la *aplicación*, entre la *ciencia pura* y la *tecnología*. Propone una forma en la que puedan utilizarse los conocimientos de la Psicología social para solucionar una variedad de problemas cotidianos en las relaciones sociales y de grupo. Como ya hemos precisado, su formación como ingeniero le lleva a afirmar que “los procesos mentales que se emplean en la aplicación de la ciencia social no son demasiado diferentes de los que se requieren para resolver un problema de ingeniería” (p. 158). De hecho, manifiesta que su preparación como ingeniero fue determinante para que pudiera captar, en toda su amplitud, los conocimientos de Psicología social y combinarlos con la ingeniería en lo que denominó *tecnología social*.

Desde su doble formación, Varela define la tecnología social como “la actividad que permite diseñar soluciones a los problemas sociales combinando hallazgos derivados de diferentes áreas de las ciencias sociales”. En su libro *Psychological Solutions to Social Problems: An Introduction to Social Technology* incluye el proceso y la solución a diferentes problemas sociales definidos como “los que surgen de la fricción entre personas, grupos o entre grupos” (Varela, 1971, p. 162). La forma en la que se solucionan los problemas sociales, desde este modelo, puede resumirse en sus características, que se presentan en el Cuadro 28.2:

Cuadro 28.2: Principales características de la Tecnología social”de Varela.

Características
• Objetivo: aportar soluciones globales a un problema • Utilización de conocimientos de otras ciencias, en la medida en que les sea necesario • Consideración de las teorías como representaciones ideales de variables, es decir, no interesadas en la resolución de problemas concretos • Actuación por síntesis, es decir, se recurre a varias teorías • Combinación de las teorías seleccionadas en función del problema a resolver, que es su centro de atención • Desatención al desarrollo teórico, bajo el supuesto de que dicho desarrollo no es el objetivo de la Tecnología social • Adopción de una perspectiva idiográfica, es decir, adaptada al problema concreto, independiente y único • Desarrollo gradual de la actuación del tecnólogo social, por fases, tras responder a una serie de preguntas críticas sobre: • La existencia del problema. • El deseo de darle una solución. • La disposición para emplear el tiempo. • El esfuerzo necesario para resolverlo. • Las soluciones alternativas a las habituales.

Fuente: según Sánchez Vidal (2002).

A la vista de cómo se desarrolla el trabajo aplicado desde este modelo tecnológico, llaman la atención sus carencias esenciales (Morales 1984; Sánchez Vidal, 2002), que tienen que ver con su arbitraria utilización de los aspectos teóricos básicos en los que se apoya la aplicación y su ausencia de elementos valorativos o éticos. Las teorías psicosociales, en este caso, se emplean de forma utilitarista, supeditadas a la tecnología, y, por tanto, de forma arbitraria. Las consideraciones éticas, además, quedan excluidas. El tecnólogo social acepta los planteamientos del cliente sin considerar las personas a las que afecta.

El Ciclo completo

Cialdini (1980) se centra en la metodología para elaborar un modelo basado en la combinación de la experimentación con el trabajo de campo. Aplica el conocimiento psicosocial fundamentalmente para ponerlo a prueba en contextos reales y avanzar en dicho conocimiento. Para ello emplea la observación como forma de orientación, y la experimentación para la obtención de datos que posteriormente se contrastan con nuevos procedimientos experimentales o cuasiexperimentales en contextos naturales. De esta manera, los resultados últimos sirven para sumar conocimientos y de nuevo avanzar en los planteamientos teóricos.



Robert Cialdini.
Universidad de Arizona

Esta forma de aplicar la Psicología Social permite avanzar en el conocimiento psicosocial. A la vez, incorpora una buena estrategia así como calidad metodológica. Suscita, sin embargo, la duda de si lo que se está haciendo, aunque de forma impecable y con beneficios para el área, no será más bien *investigación aplicada*, lo que implicaría dejar de lado la intervención, que, por regla general, busca el bienestar social.

Teoría-praxis

Gergen y Basseches (1980) construyen su modelo de aplicación psicosocial sobre tres pilares:

- El rechazo a la distinción entre teoría (o Psicología social básica) y práctica (o Psicología social aplicada).
- La toma en consideración de los valores en todo el proceso de práctica.
- La división de la actividad humana en el nivel fisiológico, psicológico y cultural.

Estos autores señalan que no se puede distinguir entre lo básico y lo aplicado en Psicología social por su implicación histórica, y sustituyen estos términos por los de *teoría y praxis*. Ambos aspectos influyen en el nivel psicológico, que es en el que actúa el psicólogo, de manera que la teoría organiza su construcción conceptual y la praxis lo ejecuta directamente sobre las personas en el marco comunitario, de las consultorías o sanitario (Morales, 1984).

La Psicología social aplicable

El modelo que plantean Mayo y La France (1980) se considera la aportación más estructurada y operativa para la Psicología social aplicada. Se ha comparado con la concepción de Fisher sobre la dinámica entre la teoría, la investigación y la práctica, revisada anteriormente (Sánchez Vidal, 2002). Como describiremos a continuación, estas autoras añaden al análisis básico de la teoría y la práctica un tercer elemento: la *calidad de vida*. También se piensa que este modelo puede ser complementario al planteamiento de la teoría-praxis de Gergen y Basseches (Morales, 1984).

En él las autoras incorporan la denominación de *aplicable* para la Psicología Social, en vez de *aplicada*, al considerar que este término tiene un carácter más dinámico y unificador que el anterior. De ello se desprende claramente su rechazo a la dicotomía básico-aplicado en la Psicología social. El modelo se representa de forma cíclica compuesto por tres elementos: la *calidad de vida*, el *desarrollo del conocimiento* y la *utilización e intervención* (véase la Figura 28.3).

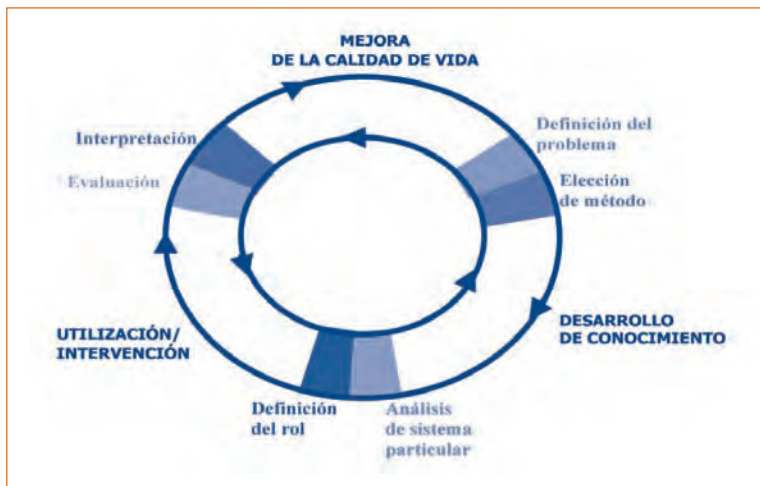
- La *calidad de vida*: recoge la inquietud de Lewin en cuanto a la necesidad de que los psicólogos sociales se impliquen en los problemas sociales. Sin embargo, como ha ocurrido en el campo de la salud, del que incorporan el término, estas autoras dan un giro positivo al concepto y, en vez de hablar de problemas sociales, tratan de la *calidad de vida*. De igual manera que sucede con la salud, esta concepción positiva del objetivo de la Psicología social aplicable permite una reorientación de la intervención psicosocial hacia la *prevención* y la promoción y no solamente a la solución de un problema social cuando éste ya está establecido (como la curación cuando ya existe una enfermedad). Al mismo tiempo le otorga un valor distinto, al advertir la posibilidad de mejoras o *alternativas* a la situación.
- El *desarrollo del conocimiento*: se dirige hacia la *predicción* sobre la explicación. Las autoras consideran que el psicólogo social, además de explicar, debe predecir cómo ocurren los acontecimientos psicosociales. Se centran en los *efectos* más que en las causas, de modo que dan una importancia especial, en la Psicología social aplicable, al reconocimiento de los factores antecedentes de los acontecimientos, tal y como ocurren en su contexto natural. Hacen hincapié en la necesidad de ampliar el estudio de las variables de carácter individual e interpersonal a los sistemas sociales. Por lo que se centran en las variables *macro*, en vez de en las *micro*, al contrario de lo que venía siendo la línea dominante en Psicología social.
- Por último, la *utilización e intervención*: saca a la luz una serie de cuestiones que aún continúan sin resolver los psicólogos sociales (véase Morales, 1984). Es el aspecto menos desarrollado de los tres elementos que constituyen el modelo. Parece que la intervención es la última parte del trabajo que queda demasiadas veces pendiente. Aunque la intervención, como se verá más adelante, es uno de los objetivos hacia los que se dirige la Psicología social y que cada vez ocupa un lugar más destacado en los textos y trabajos aplicados.

Los tres elementos o nudos (mejora de la calidad de vida, construcción del conocimiento y utilización e intervención) forman un proceso en el que la mejora de la calidad de vida lleva a

la construcción del conocimiento y, a través de éste, a la utilización-intervención. Esto ocurre a través de lo que las autoras llaman *adaptadores*, que podemos considerar en función de los nudos que unen:

- formulación del problema y elección del método, para la transición entre la mejora de la calidad de vida y la construcción del conocimiento;
- análisis del sistema y definición del rol, para la transición entre la construcción del conocimiento y la utilización-intervención;
- interpretación y evaluación, para el paso de la utilización-intervención a la mejora de la calidad de vida.

Figura 28.3: Modelo de “Psicología Social Aplicable” de Mayo y LaFrance.



Fuente: según Sánchez Vidal (2002, p. 74).

Este modelo añade elementos muy positivos a la comprensión de la aplicación psicosocial, pero también presenta algunas dificultades (véase Sánchez Vidal, 2002). Entre sus méritos podemos destacar la incorporación de un objetivo positivo en la *mejora de la calidad de vida*, así como introducir la *utilización-intervención* como nexo entre la teoría y la práctica. Sin embargo, también se ha manifestado que el término adaptador no está lo suficientemente claro y que el enfoque positivo, basado en la mejora de la calidad de vida, plantea problemas de límites, que requiere establecer unos criterios sobre las necesidades, las prioridades y la amplitud de la intervención. Asimismo, es necesario tener en cuenta los límites de la propia capacidad de actuación del psicólogo social, puesto que la calidad de vida está determinada por muchos elementos que escapan a su campo de acción.

28.4 La Psicología social como una ciencia aplicada

La Psicología social aplicada, como puede deducirse de las páginas anteriores, es un área de la Psicología social con muy pocos años de historia, que aún no está claramente definida y delimitada. Se ha profundizado mucho en las diferencias y la relación entre el *área básica* y el *área aplicada* de la Psicología social y existen varias aportaciones en este sentido (p. e. Bickman, 1980; Deutsch y Hornstein, 1975; Fisher, 1982; Morales, 1984; Sánchez Vidal, 2002). De hecho, como hemos

puesto de manifiesto, la dicotomía básica-aplicada constituye la base de los planteamientos en los distintos modelos, tanto para partir de las diferencias, como para intentar encontrar el nexo entre ellas. A continuación intentaremos delimitar, con mayor claridad, lo que estamos entendiendo por Psicología social aplicada, la forma en la que se articula como una ciencia aplicada y sus características fundamentales.

Definición y características de la Psicología social aplicada

A partir de los modelos revisados, podemos extraer de forma explícita o implícita la concepción de la Psicología Social Aplicada sobre la que se han construido. Recordemos que Mayo y La France conciben la *Psicología social aplicable* como un ciclo continuo que tiene el objetivo de mejorar la calidad de vida de las personas utilizando el conocimiento social aplicable y derivando una intervención interdisciplinar. Creen que la evaluación de los resultados de la intervención y de los cambios en la calidad de vida permite que se vayan acumulando los conocimientos que son socialmente relevantes.

Por otra parte, Proshansky (1981) define la Psicología social aplicada como una Psicología social que investiga problemas concretos de la vida real, con el objetivo fundamental de reunir el conocimiento empírico y teórico para comprender los factores y condiciones que pueden servir, si es posible, para solucionar los problemas (véase Proshanski, 1981; citado en Blanco y cols., 1985).

Otras definiciones sencillas pueden ayudarnos a entender la función que la Psicología social aplicada tiene en la sociedad. Así, Blanco y de la Corte la definen como “la manera de aproximarse a la realidad de las diversas vertientes y manifestaciones del comportamiento social humano” (1996, p. 14). Esta definición está caracterizada por el empleo de teorías y/o metodología psicosocial (Morales, 1984), la consideración de asuntos de la vida cotidiana que son de interés para las “personas de la calle”, la contrastación de las hipótesis planteadas en situaciones de la vida real, y la perspectiva interdisciplinar. Sin embargo, esta concepción no llega a abordar el papel de esta disciplina en la intervención, aspecto que sí tienen en cuenta autores como Oskamp (1984) o Schneider y cols. (2005).

Así, Sadava (1997) resalta el acierto de la definición de Oskamp (1984) al entender la Psicología social aplicada como el resultado de las aplicaciones de los métodos, principios y hallazgos de la investigación a la solución de problemas sociales. Schneider y cols. (2005) la definen como “una rama de la Psicología social que utiliza las teorías, principios y métodos de la evidencia de las investigaciones de la Psicología social para comprender problemas sociales y prácticos, y para desarrollar estrategias de intervención destinadas a mejorar el funcionamiento de las personas, grupos, organizaciones, comunidades y sociedades respecto a problemas reales prácticos” (p. 5). Desde esta concepción, el “funcionamiento” hace referencia a que las personas se desenvuelvan adecuadamente en relación con algún criterio emocional, de ajuste social, salud física, rendimiento escolar, trabajo y demás áreas de su vida.

Desde la perspectiva que plantean Schneider y cols. (2005), si bien el objetivo último de la Psicología social aplicada es producir un “cambio positivo” o mejora del bienestar o, en términos más amplios, de la calidad de vida, también se incluye en su cometido la investigación previa con el fin de encontrar los factores que determinan un problema social. Tampoco se termina la responsabilidad del psicólogo social en el diseño e intervención sobre un problema, sino que se extiende a la evaluación de los resultados y consecuencias de la intervención, con objeto de asegurarse de sus beneficios. Asimismo, el psicólogo social debe comprobar la ausencia de efectos negativos y considerar la posibilidad de que pudieran darse en algún momento.

Cada modelo o perspectiva incorpora aspectos interesantes que nos ayudan a comprender el desarrollo y la tarea de un psicólogo social en el ámbito aplicado. Si nos basamos en los aspectos revisados hasta el momento, las principales características de la Psicología social aplicada serían las que se indican a continuación.

La Psicología Social Aplicada:

- Se constituye como una ciencia.
- Con un corpus teórico proveniente de la Psicología social.
- Adopta una metodología científica.
- Se orienta a la comprensión de los determinantes que subyacen a los problemas sociales.
- Busca la mejora de la calidad de vida, el bienestar social y el cambio social.
- Organiza y lleva a la práctica intervenciones sobre problemas sociales.
- Responde a una obligación ética guiada por un conjunto de valores.
- Es responsable de los resultados de su intervención que se someten a evaluación.

Estas características recogen los tres elementos básicos que ya Weyant (1986) advirtiera en la Psicología social (p. 6):

- *Básica*, es decir, dirigida a comprender cómo las personas influyen unas en otras.
- *Aplicable*, es decir, centrada en comprender los problemas del mundo real.
- *Aplicada*, es decir, dedicada a resolver los problemas reales.

Con el ánimo de concretar, se han señalado dos grandes tendencias en la aplicación de la Psicología social: la Psicología social aplicada y la Intervención psicosocial (Sánchez Vidal, 2002). A esta última nos dedicamos a continuación.

28.5 La intervención psicosocial

La *intervención psicosocial* es claramente el camino que debe recorrer la aplicación de la Psicología social para conseguir el objetivo de reducir los problemas sociales, mejorar la calidad de vida, el bienestar o, en general, la vida de las personas. Por ejemplo, se intentaría aumentar el respeto entre iguales en un centro escolar manejando los conflictos entre los alumnos, o aumentando los hábitos preventivos y de salud. En un ámbito sanitario, se trataría de hacer disminuir las probabilidades de que se desarrollen trastornos que pueden desembocar en enfermedades o factores de riesgo para la salud. En este apartado revisaremos brevemente los objetivos, las etapas y la evaluación de la intervención psicosocial.

La intervención psicosocial puede abordarse como un elemento dentro de la intervención social, en general, con un foco en lo psicosocial específicamente; o como una actividad independiente, tal y como la abordaremos en este capítulo. Se ha puesto en duda la viabilidad de un enfoque exclusivamente psicosocial argumentando que las causas de los problemas sociales residen en factores estructurales. Este argumento pasa por alto que el alcance de las teorías de la Psicología social permite comprobar hasta qué punto los procesos psicosociales determinan los problemas sociales. De una manera parecida, el avance de la intervención en el área aplicada indica las posibilidades de desarrollo de la perspectiva psicosocial.

Problema social, necesidad, bienestar social y calidad de vida

Cuando se alude al objetivo de la Psicología social aplicada, y en concreto de la intervención, tradicionalmente se ha hecho referencia a los *problemas sociales*. Es un concepto subjetivo

que se establece según las normas y valores de las personas que lo identifican como tal. Sullivan, Thompson, Wrigth, Gross y Spady (1980; véase Clemente, 1992) consideran que existe un problema social cuando un grupo de influencia conoce la existencia de una situación social que afecta a sus valores, puede solucionarse interviniendo de forma colectiva, y debe responder a las siguientes características:

- Todos los miembros de la sociedad tienen que estar de acuerdo en que se trata de un problema social.
- Tiene que identificarse claramente el grupo que lo considera como tal.
- Deben clarificarse la prioridad de los valores del grupo que percibe el problema social en comparación con los valores de otros grupos.
- Diferenciarlo de los problemas personales.

También podemos destacar la concepción de Merton (1976) sobre los problemas sociales (véase Sánchez Vidal, 2002), que incluye la idea de *discrepancia* entre lo que es y lo que la gente piensa que debería ser una situación concreta.

Cerca de esta acepción o modelo de discrepancia, se encuentra la noción de *necesidad social*, más cercana al campo psicológico que al sociológico, al que se asocia más el término de problema social. Las necesidades se definen desde la carencia, como “las divergencias respecto de ciertas condiciones o estados psicológicos o sociales” (Sánchez Vidal, 2002, p. 107). Por ejemplo, en programas de salud comunitaria, es imprescindible la detección de las necesidades de los usuarios de los servicios de salud. Estas pueden valorarse en función de:

- Las discrepancias entre las expectativas y resultados.
- El riesgo de desarrollar situaciones perjudiciales o negativas en el futuro.
- Las necesidades de mantener una ayuda o servicio, cuya retirada sería perjudicial (McKillip, 1987).

La mayoría de los problemas que padecemos actualmente pueden clasificarse como problemas sociales. Por ejemplo, la adicción a las drogas, el SIDA, la violencia, la discriminación, el fracaso escolar o el acoso laboral, son problemas que para su solución necesitan que se realice una intervención psicosocial dirigida al cambio de las actitudes, los valores y el estilo de vida que los sustentan. Es evidente que la disminución de estos problemas favorece, en general, el desarrollo humano, y mejora la calidad de vida y el bienestar social.



El *bienestar social* es un concepto que se relaciona con el reparto de los recursos de una sociedad, como un índice de su desarrollo, a través de medidas de equidad y justicia distributiva. Se trata de una situación objetiva, sobre una situación real, que parte de unos mínimos indispensables (Casas, 1996). Como complemento a la valoración objetiva de la situación social como bienestar, el concepto de *calidad de vida* incluye en su significado la apreciación subjetiva de la distribución de los recursos. Aunque, en general, se define como un concepto multidimensional (Stewart, Ware y Brook, 1987), se puede entender como una valoración cercana al bienestar subjetivo, que relaciona la presencia de elementos indicativos de bienestar con la apreciación subjetiva expresada en forma de satisfacción y felicidad global por la vida. De este modo, la relación entre las variables subjetivas y las objetivas se combinan para determinar la calidad de vida (véase Blanco, 1985).

Intervención psicosocial

La *intervención psicosocial* reúne una serie de perspectivas y estrategias para abordar los problemas sociales, con el objetivo de aumentar la calidad de vida. En lugar de hacer una revisión de las diferentes técnicas y enfoques en los que se ha centrado, vamos a intentar seguir un esquema básico de la intervención, que pueda servir como inicio de intervenciones más amplias y complejas. En este sentido, Schneider y cols. (2005) definen la intervención como “una estrategia (o procedimiento) que se desarrolla para influir en la conducta de las personas con el objetivo de mejorar su funcionamiento respecto a algún problema social o práctico” (p. 56) y expone un proceso muy claro que sirve de ejemplo sobre la forma en la que se puede hacer intervención psicosocial.

La intervención puede realizarse en diferentes *dominios de análisis*. Siguiendo a Sapsford (1998), se identifican los dominios intrapersonal, interpersonal, grupal y societal. Asimismo, la intervención sigue diferentes *etapas*. Antes de la intervención propiamente dicha, conviene realizar *intervenciones de prueba o ensayo* para probar las estrategias de intervención o para valorar la eficacia de una intervención sin tener que realizarla obligatoriamente sobre la población objetivo. Cuando se decide realizar la intervención, hay que seguir los siguientes pasos:

- Identificación de los problemas.
- Búsqueda de soluciones.
- Planteamiento de objetivos y diseño de la intervención.
- Realización de la intervención propiamente dicha.

Identificación de problemas (primer paso)

Schneider señala cómo se canalizan los problemas a través de personas o grupos, a los que se denomina *actores sociales*, que son los afectados por él o los que, por diferentes razones, están interesados en él. Estas razones pueden ser personales, en el caso de que sufran o padezcan el problema, o de otra índole (p.e., profesionales, de lucro).

Vale la pena señalar la dificultad en establecer el problema cuando las interpretaciones que dan los diferentes canales de información son distintos. Ello pone de manifiesto la necesidad de utilizar diferentes métodos (objetivos y subjetivos) para recoger los diversos puntos de vista y la presencia de otros problemas en los diversos sectores implicados. También influyen los valores que mantiene el psicólogo en su ejercicio profesional, así como los de los grupos sociales que intervienen en la situación y el poder que puedan ejercer en su determinación como problema. Para establecer la medida en que ocurre un problema y existen necesidades que cubrir, se realiza una *evaluación de necesidades*. A través de ella se recoge la mayor cantidad de

información para determinar la existencia de la necesidad o del problema, mediante métodos formales o directamente de los afectados. Por ejemplo, se reúne a diferentes grupos de actores sociales para hacerles una entrevista de grupo o pasarles un cuestionario.

Búsqueda de una solución (segundo paso)

Se indagan los determinantes del problema sobre el que se quiere intervenir para encontrar la forma de solucionarlo. Se distinguen los factores que activan el problema, denominados *precipitantes*, y los que lo mantienen o *perpetuantes* (por ejemplo, que un enfermo incumpla los tratamientos puede estar provocado porque el médico se ha olvidado de explicarlos con detalle, pero la falta de consideración de la importancia de los aspectos psicosociales en la asistencia sanitaria perpetúa el incumplimiento terapéutico). Una vez detectados los factores determinantes, es necesario buscar el tipo de intervención adecuada a las necesidades encontradas. Schneider (2005) considera dos alternativas:

- Que exista una intervención anterior sobre el mismo problema que se haya mostrado eficaz.
- Buscar una solución de forma independiente.

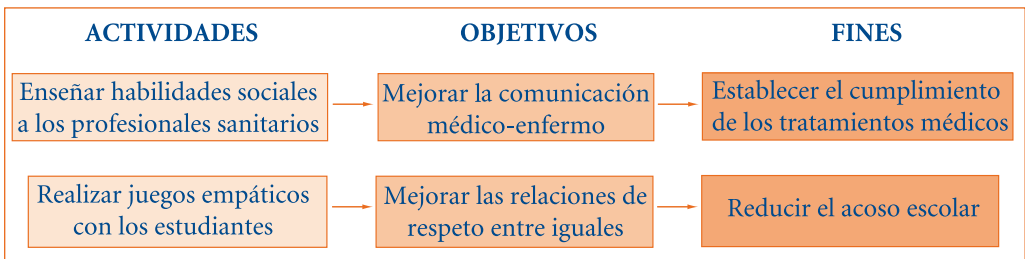
Este autor resalta las ventajas de que la solución encontrada se base en alguna teoría psicosocial importante y recomienda huir de las que proceden del sentido común. Por último, la solución se puede expresar en forma de *hipótesis de intervención*, con el fin de facilitar su comunicación.

Planteamiento de los objetivos y diseño de la intervención (tercer paso)

Supone la realización del diseño de la intervención. Esta se compone de una serie de *actividades del programa* (o procedimientos específicos que se van a poner en marcha con los receptores de la intervención), entre los que destacan los siguientes:

- *Fines*, o resultado que, a largo plazo, se espera conseguir.
- *Objetivos*, o cambios que se esperan obtener a corto plazo.
- *Actividades*, que se refieren a los ejercicios o entrenamiento específico a realizar con las personas a las que va dirigida la intervención, con objeto de conseguir los fines planteados.

Wholey (1983) describe este proceso como un *Modelo lógico de programa* (véase Schneider y cols., 2005). Así pues, el programa relaciona las actividades, los objetivos y los fines con una base teórica lógica. Véase la Figura 28.4.



Ejecución de la intervención (cuarto paso)

Se refiere a la realización de las actividades planificadas para la intervención con las personas a las que se destina dicha intervención. Por tanto, requiere siempre establecer todos los pasos y detalles del programa. La dificultad de la realización del programa dependerá de aspectos como la población a la que va dirigido, el problema que pretende solucionar, o las condiciones

en las que se va a desarrollar. Con objeto de que pueda realizarse una evaluación posterior de los resultados obtenidos, siempre se lleva a cabo lo que se conoce como la *evaluación de programas*. En realidad, esta evaluación puede considerarse como una *quinta fase* del programa de intervención, que se ejecuta por motivos éticos y de rentabilidad, para asegurarse, como indica Schneider (2005), que el programa tiene fundamentos teóricos contrastados, se ha desarrollado de forma ética y ha obtenido los beneficios suficientes en relación con los costes.

Este esquema de intervención psicosocial puede aplicarse a los diferentes campos en los que se desarrolla que, como tratamos a continuación, son numerosos.

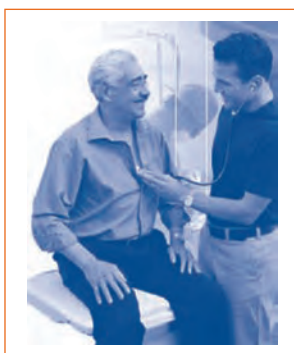
28.6 Campos de aplicación de la Psicología social

Las aplicaciones de la Psicología social motivan especialmente a los estudiantes y ello se pone de manifiesto en el incremento de los trabajos aplicados y de los campos de aplicación. Esto es fácil de observar si revisamos algunos de los manuales fundamentales del área (p. e., Álvaro, Garrido y Torregrosa, 1996; Brewer y Hewstone, 2004; Deuch y Hornstein, 1975; Expósito y Moya, 2005; Morales, Blanco, Huici y Fernández, 1985; Ovejero, 1998; Sadava, 1997; Sánchez Vidal, 2002; Semin y Fiedler, 1996; Schneider, Gruman y Coutts, 2005). Sin ánimo de ser exhaustivos, a continuación nos centraremos en las aplicaciones más destacadas de la Psicología Social.

Psicología social de la salud

Es el ámbito que aparece prácticamente en todos los manuales de la disciplina y al que se le dedica más capítulos. La salud mental, la salud física, la atención sanitaria y las relaciones que se producen en todo el proceso de atención de la salud, son objeto de estudio de la Psicología social, hasta constituirse en un campo en sí mismo, que se conoce como *Psicología social de la salud*.

La Psicología Social se incorpora al campo de la salud aplicando sus contenidos y su metodología a la promoción de la salud y a la prevención, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación de la enfermedad. Parte del objeto de estudio de la Psicología social, es decir, de la interacción entre el individuo y la sociedad, para resaltar su participación esencial en el estudio de la salud. Añade al estudio de la salud la consideración de los factores psicosociales que influyen en el origen, evolución, mantenimiento y cambio de la salud y de los problemas de salud y enfermedad. Todo ello permite llegar a una comprensión de la salud y de la enfermedad en toda su globalidad (para una revisión véanse, Barriga, León, Martínez y Jiménez, 1990; Baum, Taylor y Singer, 1984; Rodríguez Marín, 1995; Marelich y Erger, 2004; Salovey y Rotman, 2003; Salovey, Rottman y Rodin, 1998; Spacapan y Oskamp, 1988; Stroebe y Stroebe, 1995, entre otros).



Desde este punto de vista, la salud y la enfermedad están fundamentalmente determinadas por procesos de interacción, que podemos resaltar en cinco grupos fundamentales de aspectos que son abordables desde la Psicología social:

- El comportamiento de salud y de enfermedad, determinado por las actitudes, creencias, formas de afrontamiento y atribuciones, resultado de la interacción social (por ejemplo, la influencia de las creencias en la conducta de riesgo).
- Las interacciones entre los profesionales sanitarios y los usuarios de los servicios y cuidados de la salud en todo el proceso de atención (promoción, prevención, tratamiento y rehabilitación) (por ejemplo, la comunicación de información al paciente por parte de los profesionales sanitarios).
- El papel de los grupos en la formación, transmisión, expresión y cuidado de la salud (por ejemplo, el papel del grupo familiar en la promoción de hábitos de salud).
- La formación y educación para la salud en el ámbito comunitario general, por medio de campañas de cambio de actitudes y marketing social (por ejemplo, las campañas antitabaco).
- El medio sociocultural, que determina el propio concepto de salud, estigmatiza ciertas enfermedades (como el VIH o el cáncer), controla el acceso a los servicios de salud, impone un estilo de vida, controla el apoyo social o influye a través de las instituciones en el riesgo de accidentes laborales, polución ambiental y contaminación por vertidos tóxicos (por ejemplo, el efecto de la exclusión social en la utilización de los servicios de asistencia sanitaria).

Psicología de las organizaciones

Otros campos de gran importancia para la aplicación psicosocial son organizaciones y centros de trabajo, juzgados y salas de justicia, centros escolares, comunidad y servicios sociales, centros de mayores, equipos deportivos, campañas de propaganda política, estudio de la conducta de voto y de los movimientos sociales, medios de comunicación y estudio de la conducta de consumo, intervención sobre el estrés psicosocial, o efectos del medio ambiente sobre los seres humanos y viceversa. Entre todos estos ámbitos, los centros de trabajo y organizaciones constituyen la aplicación más desarrollada de la Psicología social y la que constituye su especialidad fundamental: la Psicología de las organizaciones. Esta disciplina estudia a las personas en el contexto de la organización, cómo ocurren los procesos interpersonales y grupales (p. e., la comunicación, el liderazgo o la toma de decisiones), las variables que afectan a la satisfacción laboral, la cultura de la organización, los procesos de selección de personal, o las características de la persona emprendedora, entre otros aspectos.

Otros campos que están experimentando un desarrollo importante son la Psicología Jurídica, la Psicología política y la Psicología social de la educación, a los que nos referimos brevemente a continuación.

Psicología jurídica

También denominada, en ocasiones, Psicología aplicada a la ley, cuenta ya con mucha evidencia empírica (p. e., Bull y Carson, 1995; Clemente, 1995; De Paul, 1996; Kapardis, 1997; Köhnken, 1996; Ross, Read y Toglia, 1994; Sobral, 1994; Sporer, Malpass y Köhnken, 1996; Stephenson, 1992). Desde la perspectiva psicosocial se abordan las instituciones penales como organización, la conducta del delincuente, sus determinantes, características y comportamiento

ante la justicia, el juicio y todos los procesos psicosociales que intervienen en el reconocimiento de los inculpadados, o las declaraciones y la toma de decisiones de los jurados. Estos aspectos se han reunido en los que se consideran tres áreas diferenciadas (Kapardis, 1997; véase Brewer y Hewstone, 2004):

- La Psicología en la ley o aplicaciones de la Psicología dentro de la ley (p. e. la Psicología de los testimonios oculares).
- La Psicología y la ley o investigación psicológica de los delincuentes, abogados y jurados (p. e. la toma de decisiones de un jurado).
- La Psicología de la ley, que se centra en el estudio de los determinantes de la conducta de las personas ante la ley (p. e. la obediencia o desobediencia de la leyes).

Psicología política

Esta área se independiza en 1990 como división de la Asociación de Psicología Aplicada (*Association for Applied Psychology*). Se considera “la disciplina que estudia el funcionamiento mental y acciones de los actores políticos, es decir, de cualquier persona (potencial o actual) visto como ciudadano, líder o miembro de un grupo o movimiento cuyo objetivo es público o colectivo” (Castellani, 1996, p. 283). Estudia aspectos de la actividad pública y política, tales como los factores de personalidad de las personas que se dedican a este tipo de actividad, las actitudes y conducta de voto en la población, y los procesos cognitivos subyacentes al procesamiento de información que se desarrollan en la acción política (Knutson, 1975; Long, 1981; Moya y Morales, 1988; McGraw, Lodge y Strob, 1990; Sabucedo, 1996). El cognitivismo ha contribuido al desarrollo de la cognición política, centrada en el estudio de aspectos como la percepción de los políticos, las habilidades políticas, o el estudio de las creencias y actitudes políticas.

Psicología social de la educación

Constituida ya como un campo en sí mismo, “descubre los procesos intrapersonales e interpersonales que operan en el ambiente educativo” (Alexitch, 2005, p. 206). Estudia aspectos como la influencia de las creencias, actitudes, expectativas y atribuciones hacia el éxito y el fracaso (tanto del alumno como del profesor) en el rendimiento académico de los estudiantes, la forma en que ocurre la interacción entre los profesores y los alumnos en el aula y cómo puede afectar esta relación a los resultados escolares. Un ejemplo paradigmático lo constituyen los trabajos sobre el *efecto Pigmalión* (Harris y Rosenthal, 1985) acerca de las expectativas de los profesores y su influencia en el comportamiento de los alumnos, o sobre las expectativas de los alumnos formadas a partir de las atribuciones sobre el éxito y fracaso en una materia de estudio (Boekaert, Otten y Voeten, 2003; González-Pineda y cols., 2000; Harackiewicz, Barron, Tauer y Elliot, 2002; Kelsey, Kearney, Plax, Allen y Ritter, 2004).

Otras aportaciones de la Psicología social aplicada se desarrollan desde el entorno familiar, la comunidad, las relaciones entre las personas y el medio ambiente, las actividades del ocio y el tiempo libre, el deporte, el consumo, la conducción de vehículos, la actividad forense, la vejez y, hasta las relaciones internacionales. Hay otras aplicaciones emergentes que son la respuesta a la aparición de nuevas situaciones y problemas sociales, como el género, la diversidad y el prejuicio.

28.7 Resumen

Este capítulo presenta las líneas generales de la aplicación psicosocial, sus planteamientos fundamentales, la concepción de la Psicología social aplicada en función de diferentes propuestas, unas orientaciones sobre la intervención psicosocial y algunos campos en los que se está desarrollando esta área aplicada.

El comienzo y desarrollo de la Psicología social aplicada va asociado a la emergencia de problemas sociales a los que dar una respuesta, y a la contribución determinante de algunos psicólogos sociales, entre los que destaca Kurt Lewin, por su empeño y trabajo en integrar la teoría, la investigación y la práctica en Psicología social. La Psicología social es una disciplina unitaria, pero eso no impide el reconocimiento de la existencia de una aproximación teórica y otra aplicada en su desarrollo. La forma en que se ha considerado la relación entre lo básico o teórico y lo aplicado o práctico ha sido objeto de estudio y de amplios debates, y viene a ser el elemento fundamental sobre el que se han elaborado las distintas concepciones y modelos de la aplicación psicosocial.

La *investigación-acción*, idea original de Lewin, hace referencia a la investigación que se realiza de forma activa para producir un cambio social. Es la idea fundamental en la que se inspiran parte de las alternativas conceptuales sobre la aplicación psicosocial. Asimismo, ha dado lugar al planteamiento de Fisher, que intenta integrar la teoría, la investigación y la práctica. En la misma dirección, y en respuesta a la necesidad de integrar lo básico y lo aplicado, surgen otros modelos de aplicación psicosocial, que pueden agruparse en función de las diferencias que establecen entre ambas orientaciones.

En este sentido, se ha citado como el paradigma más difundido de modelo de aplicación psicosocial la *Tecnología social* de Varela, que defiende que la tecnología es la que soluciona los problemas y no la investigación, y que establece un corte entre investigación y aplicación. Desde una preocupación por la metodología, Cialdini propone un Modelo de ciclo completo en el que aplica el conocimiento social a contextos reales, utilizando la observación y la experimentación. Desde el rechazo a la distinción entre lo básico y lo aplicado, se elaboran el *Modelo de la teoría-praxis* de Gergen y Basseches y el *Modelo de la Psicología social aplicable* de Mayo y La France. La aportación de Mayo y La France se considera la más estructurada, dinámica y unificadora, ya que plantea un proceso compuesto por tres elementos (calidad de vida, construcción del conocimiento y utilización-intervención) que se representa como un ciclo. Sus aportaciones fundamentales son: introducir un sentido positivo a la intervención psicosocial, al poner su objetivo en la mejora de la calidad de vida; insistir en el conocimiento como predicción; resaltar la importancia de la intervención, e introducir los adaptadores, o elementos que permiten el paso de la calidad de vida a la construcción del conocimiento y de éste a la utilización-intervención.

La Psicología social aplicada se ha definido en función de los diferentes modelos y perspectivas. Sin embargo, pueden destacarse algunas características que la representan como una ciencia con un corpus teórico proveniente de la Psicología social, que sigue una metodología científica para comprender los factores subyacentes a los problemas sociales, y que busca la calidad de vida, bienestar y cambio social. Para ello, interviene sobre los problemas sociales guiada por un conjunto de valores, obligación ética y responsabilidad sobre la evaluación de los resultados de su intervención y sobre sus consecuencias.

El deseo de hacer una Psicología social aplicada socialmente útil hace necesario dar especial relevancia a la intervención, que puede considerarse como el empleo de procedimientos para influir sobre los determinantes de los problemas sociales, a través de una serie de etapas (identificación del problema, hallazgo de una solución, planteamiento de los objetivos y diseño de la intervención, ejecución de la intervención y evaluación de programas).

Se ha querido dejar constancia de la extensión de la Psicología social aplicada a gran cantidad de campos. Entre ellos resalta, por la cantidad de sus trabajos, la salud, las organizaciones, la educación, la justicia y la política, sin olvidar otros muchos aspectos como los medios de comunicación, las relaciones internacionales, el género, el prejuicio, el deporte o la diversidad cultural, entre otros.

Términos de glosario

Calidad de vida

Intervención psicosocial

Investigación-acción

Necesidad social

Problema social

Lecturas y otros recursos recomendados

Expósito, F. y Moya, M. (2005). *Aplicando la Psicología Social*. Madrid: Pirámide.

Es un libro completo, ameno y actual sobre las aplicaciones de la Psicología social que revisa las aportaciones de la Psicología social aplicada desde la perspectiva de los enfoques teóricos fundamentales en Psicología social (atribución, influencia social, etc.) y los ámbitos de aplicación.

Sánchez Vidal, A. (2002). *Psicología Social Aplicada*. Madrid: Prentice Hall.

Es un libro que profundiza en los planteamientos más teóricos (desarrollo, aportaciones teóricas, entre otros) de la Psicología social aplicada. Es exhaustivo y especialmente recomendable para lectores motivados por esta área aplicada que quieran indagar en sus fundamentos.

Identidad social y personal

J. Francisco Morales

Objetivos

Proporcionar una breve síntesis de los aspectos esenciales de las teorías de la identidad y de la categorización del yo expuestos en capítulos anteriores de este manual.

Resaltar, a continuación, las tres aportaciones más innovadoras y de mayor impacto de la Teoría de la categorización del yo como introducción a los desarrollos recientes que han profundizado más en las dos teorías de partida (identidad social y categorización del yo) y han conseguido su extensión y ampliación.

Exponer los dos desarrollos elegidos: el Modelo SIDE, propuesto por Spears (2001), y el Modelo SAMI, propuesto por Simon (2004):

- En el Modelo SIDE (por sus iniciales en inglés, *Social Identity of Deindividuating Effects*) destacan la atención a los aspectos estratégicos del manejo de la identidad y la importancia de las audiencias ante las que la identidad se despliega.
- El Modelo SAMI (por sus iniciales en inglés, *Self-Aspects Model of Identity*) examina la identidad personal, sus funciones psicológicas, sus componentes y su evolución histórica.

29.1 Introducción

En el Capítulo 1 “Definición de la Psicología social” se señaló que la *identidad social* es, según Tajfel, el resultado de la autodefinición a partir de la pertenencia a un cierto grupo social, mientras que la *identidad personal* se aplica a los casos en los que la persona se define a partir de sus rasgos únicos e idiosincrásicos.



Henri Tajfel (1919-1982)

A lo largo de este manual, se han dedicado muchas páginas al análisis de los conceptos de identidad y categorización, en claro reconocimiento del papel central que desempeñan estos conceptos en muchos procesos psicosociales.

La categorización y la identidad (social y personal) contribuyen a organizar la experiencia de la persona en su mundo social. Por ello, constituyen una especie de eje articulador o hilo conductor de todos o la mayoría de los procesos psicosociales, como se tratará de mostrar en este capítulo.

En el próximo apartado se realizará un breve recorrido por los aspectos de la identidad y la categorización analizados en distintos capítulos del manual para ilustrar el papel articulador que desempeña la identidad dentro de la Psicología social.

29.2 Una breve síntesis de los contenidos identitarios en los capítulos del manual

El Capítulo 1 del manual (Definición de la Psicología Social) propone la Teoría de la Identidad Social como un ejemplo de la complejidad de los procesos que estudia la disciplina. La identidad social es el resultado de procesos cognitivos, evaluativos y emocionales. Además, su surgimiento, estabilidad y cambio descansan sobre procesos de naturaleza individual, grupal y colectiva. Es lo que muestra la Figura 1.1 del Capítulo 1.

Identidad social como identidad colectiva

El Capítulo 24 (Comportamiento colectivo y movimientos sociales en la era global) pone un cuidado especial en señalar la fusión entre identidad social e identidad colectiva. De la definición de esta última se deduce que los dos términos son intercambiables. En efecto, la identidad colectiva es la autodefinición grupal, es decir, la definición que el grupo hace de sí mismo, el resultado final de las percepciones que los miembros tienen de su grupo, que viene a ser la suma de “las cualidades y características atribuidas a un grupo por sus miembros” cuando estos piensan en sí mismos como un “nosotros”.

Necesidad de una identidad social

En ese mismo capítulo (24), se afirma que la identidad social es el “cemento aglutinador del movimiento colectivo” y se da a entender que, en la sociedad contemporánea, las personas sienten una necesidad de identidad social. Se atribuye la aparición de nuevos movimientos sociales a la existencia de una “cierta confusión de identidad”. Y es que las experiencias de las personas en el mundo actual se caracterizan, en gran medida, por la desorientación y la pérdida de sentido.

Necesidad de una identidad social positiva

En el Capítulo 23 (Prejuicio y estigma: efectos y posibles soluciones) se sugiere indirectamente la necesidad de que esa identidad social sea positiva ya que, de acuerdo con el planteamiento de

Major (véase, por ejemplo, Major, McCoy, Kaiser y Quinton, 2003), cuando la propia identidad está devaluada, y existe en la sociedad un consenso amplio sobre esta devaluación, se genera un estrés similar al causado por otros tipos de estresores.

Flexibilidad de la identidad social

El Capítulo 25 (Memoria colectiva y social), por su parte, subraya la flexibilidad de la identidad social, como demuestran los estudios sobre identidad social étnica, que ponen de relieve la gran capacidad de adaptación de este tipo de identidad a distintas situaciones y coyunturas. Algo parecido ocurre con la expresión de la identidad colectiva en la memoria histórica, dado que se ha constatado que en las reconstrucciones del pasado se inventan elementos que luego acaban por considerarse centrales en la definición del propio grupo.

Regulación de la autoimagen de la persona

La memoria colectiva ayuda a conseguir una cierta identidad social. Las personas se apropian de algunos hechos del pasado y los convierten en elementos centrales de la identidad, aunque ello sea a costa de forzar la imagen de la historia hasta que resulte positiva y se la pueda hacer encajar con las aspiraciones y deseos del momento actual. Este proceso se explica con detalle en el Capítulo 25 y se completa en el Capítulo 26 (Representaciones sociales de la historia: estudios y aplicación a sociedades con un pasado traumático), en el que se atribuye a la necesidad de mantener una identidad social positiva los intentos que hacen las personas para dotar de significado a los hechos del pasado.

Regulación de la conducta dentro del propio grupo

El Capítulo 6 (Categorización Social y construcción de las categorías sociales) acentúa el papel de la identidad en la *desindividuación*, lo que desmiente la afirmación de muchos autores que hablan de una conducta caótica e impulsiva en las multitudes. No es eso lo que ocurre. Las personas, lejos de perder su identidad en las multitudes, actúan sobre la base de la identidad social relevante en ese momento: en otras palabras, cuando las personas están en un grupo o en una multitud, “actúan en función de las normas propias del grupo en el que se encuentran”.

La identidad ejerce un poderoso impacto sobre los estereotipos a través de varias vías diferentes, como se señala en el Capítulo 8 (Estereotipos). La primera vía es la tendencia de las personas a tener una imagen más positiva de su propio grupo. Además, las personas del mismo grupo generan estereotipos similares sobre los miembros de otros grupos, puesto que los estereotipos ayudan a representar al propio grupo como “diferente y mejor” que los grupos rivales u opuestos. Aunque no tiene por qué ocurrir así necesariamente, ya que depende de ciertas condiciones, ello suele desembocar en la discriminación del exogrupo.

Regulación de la conducta hacia los otros grupos

El papel central de la identidad social en la regulación de la conducta hacia los otros grupos se manifiesta en el Capítulo 22 (El estudio del prejuicio en la Psicología social: definición y causas): la Teoría de la identidad social es la más utilizada en Psicología social a la hora de intentar explicar las relaciones intergrupales.

Regulación de las relaciones con el ambiente físico

La identidad cumple una función importante en la organización del ambiente físico. Como se ha señalado en el Capítulo 4 (Bases ambientales del comportamiento social), una de las funciones del espacio personal es, precisamente, mantener la identidad personal. El espacio personal nos ayuda a “mostrarnos como seres independientes y distintos de los demás”. En este sentido, el espacio personal extiende nuestro “yo” más allá de nuestra piel.

A ello hay que añadir que las personas tienden también a considerar los propios “territorios primarios” como una extensión de la propia identidad. Así lo pone de manifiesto la utilización de “señales que comunican claramente los límites del territorio”.

En el Cuadro 29.1 se puede abarcar de manera rápida la breve síntesis que se acaba de presentar.

Cuadro 29.1: *La complejidad de los procesos implicados en la identidad.*

Qué es	Características	Para qué sirve
Resultado de procesos cognitivos, evaluativos y emocionales (Capítulo 1) Resultado de procesos de naturaleza individual, grupal y macrosocial (Capítulo 1) Identidad social = identidad colectiva (Capítulo 24)	Necesidad de una identidad social (Capítulo 24) Necesidad de una identidad social positiva (Capítulo 23) Flexibilidad de la identidad social (Capítulo 25)	Regulación de la autoimagen de la persona (Capítulos 25 y 26) Regulación de la conducta dentro del propio grupo (Capítulos 6 y 8) Regulación de la conducta hacia el otro grupo (Capítulo 22) Regulación de las relaciones con el ambiente físico (Capítulo 4)

29.3 Tres aportaciones innovadoras de la Teoría de la categorización del yo

La Teoría de la categorización del yo surgió a finales de los años ochenta del pasado siglo como una continuación y extensión de la Teoría de la identidad social. Su papel dentro de la Psicología social ha sido importante, porque ha servido como plataforma de lanzamiento de muchas teorías psicosociales vigentes en la actualidad. En este apartado se revisarán tres de sus principales aportaciones, por su carácter innovador y el impacto que han ejercido.

El proceso de despersonalización

Es el proceso que tiene lugar cuando la persona se categoriza a sí misma como miembro de su grupo. Por ejemplo, cuando alguien dice: “soy alemana”. En ese momento, deja de percibirse como alguien único y diferente a todos los demás y se considera igual que el resto de personas de su grupo, equivalente a ellas e intercambiable con ellas. En otras palabras, se ve a sí misma como disciplinada, culta, rica, aficionada a los viajes, y así sucesivamente, ya que se aplica los rasgos que son estereotípicos de los alemanes

Los tres niveles de categorización

En las páginas iniciales del Capítulo 6 (Categorización social y construcción de las categorías sociales) se hace una exposición detallada de los tres niveles de categorización postulados por la Teoría de la categorización del yo (interpersonal, intergrupar, interespecies). También se indica que estos tres niveles presentan tres características fundamentales (señaladas igualmente por Simon, 2004, p. 38).

La primera es que se considera que los tres niveles son funcionalmente antagónicos, es decir, cuando uno de los niveles es operativo, la actuación de los otros dos queda inhibida. Este va a ser uno de los puntos más debatidos en los últimos desarrollos de esta teoría, como se verá más adelante.

La segunda es que, en el nivel intermedio (el intergrupar), lo crucial es la relevancia o ausencia de relevancia de la dimensión de comparación. Es decir, este nivel será operativo si, y sólo si, las personas piensan que la comparación que se establece tiene sentido en esa situación. Así, para un psicólogo social en un congreso de Psicología la dimensión de comparación será Psicología social frente a Psicología individual, mientras que en un congreso de psiquiatras será más bien Psicología frente a Psiquiatría.

La tercera es que el contexto influye en los niveles de categorización. De aquí que un contexto que hace saliente un grupo al que pertenece la persona active el nivel intermedio. En este caso, la persona dejará de pensar en sí misma como un ser individual e independiente y pasará a verse como miembro de un grupo e intercambiable con los otros miembros de ese grupo. Es decir, la identidad social prevalecerá sobre la personal. Ahora bien, un contexto determinado hará saliente un cierto grupo, por lo que activará una identidad social concreta e inhibirá otras (véase el ejemplo del Cuadro 29.2).

Cuadro 29.2: *Un ejemplo de activación de una identidad social de la persona e inhibición de otra identidad social posible.*

Cuando en una empresa la jefa de personal toma la decisión de despedir a un número elevado de trabajadores, es más probable que las trabajadoras en riesgo de ser despedidas se identifiquen, ante todo, como trabajadoras. En este caso, la dimensión de comparación relevante es jefe-trabajador, mientras que mujer-varón deja de tener relevancia.

El concepto de prototipo

Es otra aportación de la Teoría de la categorización del yo. Expresado de un modo sencillo, el *prototipo* es la persona que mejor representa la posición del grupo en alguna dimensión importante para el grupo. Conviene añadir que también puede ser prototípica una idea, una actitud, o incluso un grupo (sindicato, partido político, equipo de fútbol).

La posición prototípica es la que más se parece a la mantenida por los miembros del grupo y la que, a la vez, más se diferencia de la de los miembros de los otros grupos. Se calcula como la distancia media entre la persona y los miembros del exogrupo partido por la distancia media entre la persona y el resto de los miembros de su grupo.

La importancia del prototipo radica en que cumple varias funciones. Para empezar, representa el valor central del grupo, su posición normativa (la de mayor influencia).

Es, a la vez, la base de las diferencias dentro del grupo, ya que los miembros del grupo se acercan más o menos a esa posición y, en esa medida, son más o menos respetados e influyentes.

Entre los desarrollos más sistemáticos de la Teoría de la identidad social y de la Teoría de la categorización del yo cabe citar el Modelo SIDE, propuesto fundamentalmente por Spears (2001), y el Modelo SAMI, propuesto por Simon (2004).

29.4 El Modelo SIDE

Este modelo, cuyas iniciales (*Social Identity of Deindividuating Effects*) indican que se desarrolló en estrecha conexión con el estudio de los efectos de desindividuación (véase el alcance de este término en el Capítulo 24 sobre comportamiento colectivo y movimientos sociales en la era global), realiza una serie de aportaciones importantes al desarrollo de las teorías de la identidad social y de la categorización del yo.

La autodefinición individual

Spears (2001), sin eludir el término *identidad*, prefiere hablar de *autodefinición*. También defiende la polaridad *individual-colectiva* frente a la introducida por Tajfel *personal-social*. En su planteamiento teórico, la autodefinición colectiva es la que surge de la comparación con otros grupos y la autodefinición individual aquella cuyo contenido depende de comparaciones sociales interpersonales (es decir, con otras personas individuales). En su opinión, induce a error la utilización (por otra parte habitual) del término *identidad social* para referirse al yo colectivo, es decir, el que surge de la autodefinición colectiva, ya que sugiere que no es social la autocategorización individual, la que surge de la autodefinición individual.

Ocorre, sin embargo, que para la Teoría de la categorización del yo, todas las identidades están socialmente definidas, de forma que el contenido de la autodefinición está determinado por el contexto comparativo social concreto. La mejor prueba de ello es lo que se podría denominar “reversibilidad de los atributos individuales y grupales”, expresión que alude a la imposibilidad de separar de modo tajante los atributos que pueden definir el yo individual y los que pueden definir el yo colectivo.

Spears propone el siguiente ejemplo: si alguien (un varón) quiere distinguirse de una amiga (y generar, de esta forma, una autodefinición individual), es muy posible que recurra a rasgos personales. Pongamos por caso que el varón en cuestión dice: “mi amiga es extravertida y yo no”. Efectivamente, en este caso el rasgo que se utiliza para la distinción es personal e idiosincrásico. Pero nada impide que esa persona siga diciendo: “además, ella es dependiente, y yo no; ella es mujer, y yo no”. Y en este segundo caso la distinción se basa en pertenencias grupales (y sigue siendo una autodefinición individual).

A la reversibilidad de los atributos individuales y grupales hay que añadir el hecho de que, en ocasiones, las pertenencias grupales de una persona son tan importantes para ella que inundan, por así decir, su autodefinición individual y su vida “personal”. Se trata de casos en que una autodefinición, en principio colectiva, acaba siendo crónicamente accesible para la persona y se usa como base para la comparación, la diferenciación y la autodefinición individual. Es lo que sucede con frecuencia a personas que para sus amigos y conocidos son “el profesor”, “el capitán” y similares.

Es importante advertir (y esto se verá también en el Modelo SAMI propuesto por Simon) que los rasgos individuales, distintos, sin duda, de las categorías sociales, se pueden convertir ellos mismos en dimensiones de categorización social cuando el contexto lo exige (Spears, 2001, p. 184). Un ejemplo clásico es el siguiente: el rasgo inteligente es un rasgo de personalidad.

Pese a ello, puede usarse, y se usa de hecho, para definir un grupo, como en un aula, cuando el maestro estratifica el grupo de clase en función de su aptitud. Algo parecido se puede aplicar al rasgo extravertido. Generalmente se utiliza para describir a personas individuales, pero a veces se habla también del grupo de extravertidos (los amantes de las fiestas).

El punto importante es que la mayoría de los atributos individuales, por no decir todos, se pueden experimentar también como compartidos o sociocategoriales, de manera que sirven como base para una identidad colectiva en las condiciones sociales apropiadas.

Es un mérito de Spears dar un paso adelante para intentar concretar cuáles son esas condiciones. Su pregunta clave es cuándo se va a producir una autodefinición individual y cuándo una colectiva, y qué efectos tendrá el que se produzca una u otra. A grandes rasgos la respuesta es que el nivel y el contenido de la autodefinición será un reflejo de la interacción entre el contexto y el perceptor.

Variables personales, contextuales y el efecto de la audiencia

Las *variables personales* (*organísmicas*, para Spears) de accesibilidad, conocimiento del contexto e identidad grupal, entre otras, ejercen su influjo sobre lo probable que resulta la adopción, por parte de las personas, de una perspectiva grupal o individual. A lo largo de su trayectoria vital las personas pasan por una serie de experiencias, en virtud de las cuales adquieren ciertos valores, motivaciones y aspiraciones a lograr determinadas metas. Si la experiencia de pertenecer a un grupo ha desembocado en maltrato, pongamos por caso, probablemente el deseo de pertenecer a ese grupo se reducirá. Ahora bien, si la meta a la que aspira la persona es llamar la atención sobre el maltrato que ha padecido, seguramente intentará que todos conozcan esa pertenencia.

En definitiva, Spears sugiere que las variables propiamente personales e individuales influyen en la autodefinición, lo que representa una innovación con respecto a las dos teorías de partida (identidad social y categorización del yo).

Entre los efectos del contexto Spears distingue los que tienen que ver con una dimensión propiamente *cognitiva* de los que se relacionan con una dimensión *estratégica*. La introducción de esta última es otra de las innovaciones del modelo propuesto por este autor. Los efectos cognitivos del contexto son los que analizan las teorías de la identidad social y de la categorización del yo. Por lo general, son automáticos y requieren poca intervención o motivación consciente. Los efectos estratégicos tienden a ser conscientes y motivados y ocurren cuando, ante una amenaza a la identidad, surge la motivación de defenderse, de retirarse, o de disimular. También cuando hay que elegir entre identidades o cuando se actúa delante de una audiencia ante la que la persona se siente responsable de algún modo.

Un ejemplo de efecto cognitivo: el estudio de autoestima privada vs. colectiva

Se medía la autoestima personal y la colectiva (véase la definición de ésta en el Capítulo 23, “Prejuicio y estigma: efectos y posibles soluciones”) de los miembros de un grupo. A los autores (Jetten, Branscombe y Spears, 2001) les interesaba sobre todo conocer las reacciones de los miembros periféricos, es decir, los alejados del prototipo, los menos representativos del grupo, cuando se les informaba, en unos casos, de que iban a ser prototípicos de su grupo o, en otros, de que iban a ser todavía más marginales.

El pronóstico era que aquellos a los que se les había creado la expectativa de que iban a ser prototípicos mejorarían más su autoestima colectiva que la personal. Por el contrario, los que esperaban ser aún más periféricos mejorarían más su autoestima personal que la colectiva, en

un intento de amortiguar el rechazo de su grupo. Esto fue lo que se encontró. No hubo ningún cambio en la autoestima de las personas cuya posición grupal permaneció constante.

Según Spears (2001, p. 181), se pueden extraer de este estudio dos conclusiones. En primer lugar, existe una especie de intercambio entre el nivel personal de autoestima y el nivel colectivo de autoestima que corresponden, respectivamente, a los niveles individual y colectivo del yo. Es lo que en la Teoría de la categorización del yo se denomina “relación de antagonismo funcional entre los niveles”. En segundo lugar, el efecto es automático, no precisa procesamiento consciente; es, en la terminología de Spears, “cognitivo”.

Estudio sobre anonimato y grupos de identidad común y de vínculo común

Los grupos de identidad común son los que interesan fundamentalmente a las teorías de la identidad social y de la categorización del yo. Ponen el énfasis, por así decir, en “el grupo dentro el individuo”, es decir, son grupos con los que la persona sabe que comparte puntos de vista y atributos comunes. Por ello, hacen saliente la identidad colectiva. El ejemplo típico sería la nacionalidad, el género o el partido político. No es necesario que una persona conozca a otra de su misma nacionalidad (género, partido político) o que interactúe con ella para que piense que las dos compartirán una serie de valores y puntos de vista. En este sentido, los grupos de identidad común no se basan en la interdependencia de quienes los componen, sino en el hecho de compartir una identidad.

En cambio, de los grupos de vínculo común se podría decir que acentúan “el individuo dentro del grupo”. Son grupos con cuyos componentes la persona piensa que se va a llevar bien, porque tienen intereses comunes o porque realizan actividades que ella no podría realizar estando sola. Tienden a fomentar la identidad individual. El ejemplo típico es el equipo deportivo, el club de montaña y, en general, todos los grupos que se forman para permitir a sus miembros realizar actividades en las que todos están interesados, pero que no se pueden realizar de forma aislada. En estos grupos la base es la interdependencia de medios y fines, y no el hecho de compartir la identidad.

Los estudios de Postmes y Spears (1998, 2000) intentaban averiguar si en condiciones de anonimato (imposibilidad de ser descubierto si se infringe la norma) las personas actuarían de igual forma en un grupo de identidad común que en uno de vínculo común. Tal como se pronosticaba, había diferencias notables entre los dos tipos de grupo. Así, mientras en el grupo de identidad común la condición de anonimato incrementaba la saliencia de grupo y la conformidad a las normas de grupo, ocurría lo contrario en los grupos de vínculo común. En estos lo que hacía más intensa la conformidad a la norma era la condición de identificabilidad, es decir, la posibilidad de ser descubierto.

El interés de este estudio es que constituye un ejemplo claro de ausencia del antagonismo funcional entre niveles que postula la Teoría de la categorización del yo. En efecto, demuestra que en los grupos de naturaleza más individual (grupos de vínculo común), la condición de *identificabilidad*, es decir, aquella en la que se ve a los otros miembros del grupo, sirve para fortalecer los lazos interpersonales que definen este tipo de grupo. Por tanto, un aspecto del contexto relacionado con el grupo activa aspectos del yo individual.

Estudios sobre alta y baja identificación y afirmación del yo colectivo

El antagonismo funcional reaparece en estos estudios (Doosje, Ellemers y Spears, 1995; Spears, Doosje y Ellemers, 1997), innovadores en la medida en que una variable de tipo personal, en concreto, la alta o baja identificación con el grupo, desempeña un papel crucial. El punto de partida es la tensión que surge entre el yo individual y el colectivo ante una amenaza a la identidad. La forma

en que se responde a esta amenaza está estrechamente relacionada con lo que Spears denomina *inversión anterior* en los niveles de autodefinición. Es decir, las personas que hayan dedicado la mayor parte de sus esfuerzos a desarrollarse personalmente como individuos responderán de forma muy diferente a las que se hayan orientado más bien hacia las aportaciones al grupo.

En los estudios citados, las amenazas a la identidad se referían fundamentalmente al estatus y la distintividad del propio grupo. La respuesta habitual de los participantes bajos en identificación a la amenaza era el intento de distanciarse del grupo en modos diversos. En cambio, ante esa misma amenaza, los altos cerraban filas con el grupo y afirmaban su yo colectivo. Un resultado complementario es muy ilustrativo: los altos en identificación tendían a diferenciar el endogrupo del exogrupo más que los bajos en la condición de amenaza grupal, y especialmente en la dimensión estereotípica negativa del endogrupo. En otras palabras, afirmaban su yo colectivo aun a costa de una autoimagen negativa.

La conclusión general de estos estudios es que la amenaza a la identidad introduce una cuña entre el yo individual y el colectivo. La respuesta a la amenaza depende de que la persona otorgue prioridad a su yo individual o a su yo colectivo.

Efecto estratégico del contexto: la influencia de la audiencia

Si los participantes en un estudio son conscientes de que hay una audiencia que va a conocer su conducta, activan las estrategias para presentar su yo colectivo. En el estudio de referencia (Postmes, Branscombe, Spears y Young, 1999), todos los participantes eran varones y tenían que manifestar su opinión sobre los privilegios o desventajas de los hombres con respecto a las mujeres. Se informaba a la mitad de ellos de que la investigación en la que participaban se realizaba en nombre de una publicación feminista, y a la otra mitad de que se hacía por encargo de una publicación de carácter conservador orientada a lectores masculinos.

Los participantes bajos en identificación, en la condición “publicación feminista”, adaptaban su conducta para adecuarse a las expectativas de la audiencia. En concreto, disminuían sus quejas por las desventajas masculinas. Vale la pena resaltar que este resultado pone de manifiesto que la conciencia del yo colectivo, y la forma en que se supone que este es percibido por la audiencia colectiva, se usó para servir a fines individuales. En cambio, en esta misma condición, los altos en identificación no modificaban sus respuestas, lo que equivale a la afirmación de su yo colectivo.

29.5 El Modelo SAMI



Bernd Simon
Universidad Christian-Albrechts en
Kiel (Alemania)

Simon (2004), al igual que Spears, y por las mismas razones, prefiere la *polaridad individual-colectiva* a la *personal-social* y utiliza de manera intercambiable los términos *identidad* y *yo* (véase Cuadro 29.3).

El modelo que propone (SAMI, *A Self-Aspects Model of Identity*) intenta ser innovador en el ámbito de investigación de la identidad social y, a la vez, integrador.

El carácter integrador del Modelo SAMI se manifiesta en que:

- Combina los conceptos de las teorías de la identidad social y de la categorización del yo con los de la Cognición social.
- Presta una atención especial al estudio de la otra cara de la identidad, la individual, oscurecida en las teorías originales.
- Amplía la definición de la individualidad (no sólo distinción, sino también independencia),
- Además de tener en cuenta las variables del contexto, explora las variables personales capaces de influir en la identidad individual y colectiva.
- Analiza las funciones de la identidad.
- Sitúa históricamente el desarrollo de la identidad individual y colectiva.

Cuadro 29.3: Uso de los términos “yo” e “identidad”.

- El término *yo* se usa, por lo general, en la literatura de Cognición social, en la que el acento se pone en el concepto de yo como representación cognitiva.
- El término *identidad* se utiliza con preferencia en las perspectivas que ponen el acento en el contexto socioestructural.
- El enfoque integrador SAMI recoge los dos términos.

Fuente: Simon (2004, p. 49).

Simon concede una importancia crucial al proceso de *autointerpretación*. Lo define como “un proceso socio-cognitivo, por medio del cual las personas dan coherencia y sentido a sus propias experiencias, es decir, a sus relaciones con el contexto físico y social.” (2004, p. 45). La autointerpretación es la base de la comprensión que las personas tienen de sí mismas, es decir, de su identidad, y ésta, a su vez, influye en sus percepciones y en su conducta.

Los aspectos del yo

Los *aspectos del yo* son los elementos que conforman la autointerpretación.

Se trata de un concepto original de Linville (1985), autor destacado del campo de la Cognición social. Se define como una categoría cognitiva que sirve para procesar y organizar la información y el conocimiento sobre uno mismo y que se caracteriza por su gran amplitud, ya que puede incluir, entre otros, características o rasgos psicológicos generalizados (extravertido), rasgos físicos, (alto, rubio), roles o papeles sociales (médico, asesor financiero), capacidades (oído para la música), gustos (preferencia por la comida china), actitudes (actitud favorable hacia las actividades al aire libre), conductas (práctica del alpinismo) y pertenencias grupales o categoriales explícitas (pertenencia a una ONG).

La saliencia y la cronicidad de los aspectos del yo afectan a la autointerpretación. La saliencia depende del contexto situacional inmediato. Por ejemplo, el aspecto del yo “tímido” seguramente será más saliente en la autointerpretación en una fiesta que en una reunión familiar. La cronicidad es función de la importancia personal y/o de la invarianza sociocontextual. Es decir, si la timidez ha sido causa de graves problemas para una persona en su niñez, es probable que adquiera una gran importancia personal para ella, por lo que se puede pronosticar que será un aspecto del yo saliente en muchas situaciones de su vida adulta (e influirá poderosamente en la autointerpretación que esa persona haga de sí misma). Y si alguien es excluido de la sociedad por su pertenencia grupal (el caso de los judíos en la Alemania nazi durante la II Guerra Mundial y su confinamiento en campos de

concentración), es muy probable que la causa de la exclusión (en este caso, el hecho de ser judío) se convierta en un aspecto del yo saliente mientras dure la exclusión (en el ejemplo propuesto, durante su confinamiento).

Sería un error, sin embargo, advierte Simon, concluir que los aspectos del yo son estructuras cognitivas rígidas. Todo lo contrario. En muchas ocasiones también se construyen “sobre la marcha” en la memoria de trabajo a partir de información específica saliente en la situación concreta y del conocimiento más general que se obtiene de la memoria a largo plazo.

Identidad individual e identidad colectiva

Simon (2004, p. 49) define la *identidad colectiva* como una autointerpretación centrada en un aspecto del yo socialmente compartido. Se basa primordialmente en un único aspecto del yo que la persona comparte con otras personas, pero no con todas, en un contexto social relevante.

La característica fundamental de la identidad colectiva es su unidimensionalidad. Esto quiere decir que cuando alguien afirma, por ejemplo, “ante todo, y sobre todo, soy cristiano (o musulmán, o militar)”, las diferencias interindividuales en otras dimensiones de los aspectos del yo son irrelevantes, y la intercambiabilidad o semejanza de uno con las otras personas que comparten el mismo aspecto del yo pasa a formar parte del telón de fondo psicológico. La razón es que el proceso psicológico crítico que subyace a la identidad colectiva es el proceso de centrar o focalizar la autointerpretación en un único aspecto del yo socialmente compartido.

Lo anterior no implica que otros aspectos del yo estén ausentes en la identidad colectiva, sino más bien que, cuando existen, se trata de aspectos del yo adicionales, es decir, secundarios, en el sentido de que vienen exigidos o están implicados por el aspecto del yo focal. En un ejemplo de un apartado anterior se vio que cuando una persona se define como “alemana” (rasgo focal), también se ve a sí misma como disciplinada, culta, rica, aficionada a los viajes, entre otros rasgos estereotípicos de los alemanes y, por tanto, secundarios, ya que se desprenden del rasgo focal (“alemana”), que es el que define su identidad colectiva.

Una persona puede tener muchas identidades colectivas, en la medida en que cualquier persona tiene múltiples aspectos del yo socialmente compartidos. Simon (2004, p. 50) advierte que esto es algo que ya señaló William James al afirmar que “una persona tiene tantos “yos” sociales diferentes como grupos distintos de personas cuya opinión tiene en cuenta o le importan”.

La *identidad individual* es, para Simon (2004, p. 50), la autointerpretación basada en una configuración compleja de aspectos del yo diferentes y no redundantes; por ejemplo, soy mujer, cristiana, de pelo negro, aficionada a la música y a la cocina francesa, abogada, y así sucesivamente.

La característica más acusada de la identidad individual es la exclusividad. De hecho, un conjunto o configuración suficientemente amplia de los aspectos del yo no redundantes dará lugar a una identidad social pronunciada y exclusiva, de modo que la probabilidad de que otra persona posea un conjunto idéntico de aspectos del yo resultará bastante improbable.

La identidad individual va estrechamente unida a la independencia. La existencia de muchos aspectos del yo diferentes es una garantía de variabilidad, flexibilidad y, en última instancia, de independencia psicológica. Una persona madre de familia numerosa y, a la vez, académica de la Real Academia de la Historia, dependerá menos de la aprobación de sus compañeros

de Academia si, como es probable, tiene acceso a una fuente alternativa de autoevaluación o autoestima positiva en su círculo familiar. En general, la persona que tiene disponibles para su autointerpretación un número elevado de aspectos del yo tendrá una mayor capacidad de elección y, por tanto, su dependencia con respecto a cada uno de los aspectos del yo para la satisfacción psicológica de las necesidades será menor.

La conclusión que extrae Simon (2004, p. 51) de lo anterior es que hay, al menos, dos componentes de la identidad individual: la autointerpretación como un individuo distinto (esto es algo en lo que, desde el principio, han insistido las teorías de la identidad social y de la categorización del yo) y la autointerpretación como un individuo independiente (esta es una aportación innovadora de Simon). Los dos componentes están relacionados entre sí.

La identidad individual tiene el mismo carácter social que la colectiva. Los aspectos del yo no son facetas absolutas de mónadas aisladas, sino facetas relacionales de seres humanos interdependientes. Son productos sociales que adquieren significado en la interacción social. Además, la identidad individual, al igual que la colectiva, tiene su origen en condiciones sociales concretas y se apoya en ellas. Las dos (individual y colectiva) funcionan como mediadoras entre estas condiciones y las percepciones y conductas sociales de las personas. En resumen, por lo que respecta a su contenido, su origen y su función, la identidad individual es tan social como la colectiva,

Por eso, aunque a primera vista se diría que una persona tiene sólo un conjunto único de aspectos del yo y una sola identidad individual, lo cierto es que en nuevas situaciones se pueden construir nuevos aspectos del yo y, en situaciones diferentes, se pueden procesar y usar para la autointerpretación diferentes subconjuntos o combinaciones de aspectos del yo.

Un resumen del enfoque de Simon sobre las diferencias y parecidos entre la identidad colectiva y la individual se presenta en el Cuadro 29.4.

Cuadro 29.4: *Diferencias y parecidos entre la identidad colectiva y la individual.*

	Identidad colectiva	Identidad individual
Definición	Autointerpretación centrada en un aspecto del yo socialmente compartido	Autointerpretación basada en una configuración compleja de aspectos del yo diferentes y no redundantes
Características	Unidimensionalidad	Exclusividad (individuo distinto) Independencia
Número	Existen múltiples identidades colectivas	Existen múltiples identidades individuales
Origen	Condiciones sociales concretas	
Función	Median entre las condiciones sociales en las que se originan y las percepciones y conductas sociales de las personas	

Fuente: Simon (2004).

El cuadro que se presenta a continuación completa el alcance del Cuadro 29.4.

Cuadro 29.5: *No sólo antagonismo.*

Desde la perspectiva de las teorías de la identidad social y de la categorización del yo, la identidad colectiva y la individual se ven como antagonistas. Simon (2004) cree, en cambio, que la relación que existe entre estos dos tipos de identidad es más compleja de lo que sugiere un simple antagonismo.

Para empezar, un aspecto del yo (alemana) puede sentar la base de la identidad colectiva de una persona en un momento dado, cuando la persona afirma: “soy alemana”. Pero ese mismo aspecto, en otro momento, puede contribuir, al lado de otros aspectos del yo, a la propia identidad individual. Es lo que sucede cuando la persona afirma: soy alemana, joven, luterana, de pelo negro, aficionada a la música, la cocina francesa y los viajes y abogada.

Es decir, los aspectos del yo cumplen una función dual, lo que les permite articular la identidad individual y la colectiva y reforzarlas mutuamente. Esto es lo que se muestra a continuación:

- *Identidad individual:* reserva de identidades colectivas
La identidad individual recoge los sedimentos de identidades colectivas que la persona ha experimentado en el pasado (algo así como sus huellas). Conviene recordar que la mayor parte de los aspectos del yo pueden sentar la base de una identidad colectiva. Por tanto, la identidad individual es una reserva de posibles identidades colectivas, tanto experimentadas con anterioridad como todavía por experimentar.
- *Identidad colectiva:* fuente de la independencia individual
La multiplicidad y diversidad de las identidades colectivas de una persona conforman un sistema complejo de coordenadas o aspectos del yo sociales. Son esas coordenadas las que permiten a la persona ubicarse socialmente, por lo que facilitan que se vea a sí misma como un individuo distinto e independiente.

Fuente: Simon (2004).

Variables de la persona

Las *variables de la persona* pueden llegar a ser antecedentes poderosos de la identidad individual y colectiva. Cada persona, a lo largo de su vida, tiene experiencias vitales muy singulares, por lo que serán diferentes:

- El número de aspectos del yo que cada persona tiene disponibles para la autointerpretación, lo que, en el Modelo SAMI, se conoce como “complejidad”.
- La “importancia personal o subjetiva” y la “valencia” de esos aspectos del yo (véase Simon, 2004, p. 73).

Importancia personal y valencia de los aspectos del yo

La identidad colectiva descansa, como ya se ha señalado, sobre una autointerpretación focalizada, es decir, concentrada en un solo aspecto del yo. En cambio, la identidad individual surge de una autointerpretación compleja o desconcentrada, dicho de otra forma, de una combinación de aspectos del yo diferentes y no redundantes. Por tanto, los factores o variables que activan el proceso de concentración fomentarán la identidad colectiva y los que activan la descentración favorecerán, en cambio, la identidad individual. Véase el Cuadro 29.6.

Cuadro 29.6: *Identidad colectiva como función de la importancia personal y la valencia.*

La importancia personal de los aspectos del yo favorece el proceso de concentración porque atrae la atención de la persona y ocupa el primer plano psicológico durante la autointerpretación. A la inversa, un aspecto del yo de escasa o nula importancia hará que la persona recurra a otros aspectos del yo adicionales en la autointerpretación y hará que esta se base en la identidad individual.

Por lo general, las autoevaluaciones positivas se prefieren a las negativas. En consecuencia, lo más probable es que las personas se centren en un aspecto del yo de valencia positiva. Si no les queda más remedio que prestar atención a algún aspecto del yo negativo, dado que esto produce aversión, tenderán a incorporar aspectos del yo adicionales a la autointerpretación, de manera que esta se basará en la identidad individual.

Fuente: Simon (2004, p. 76).

En consecuencia, la elevada importancia personal y la valencia positiva de los aspectos del yo facilitarán la construcción de la identidad colectiva. Así lo demuestra el trabajo de Simon y Hastedt (1999).

La tendencia general a preferir las autoevaluaciones positivas no excluye la posibilidad de algunas excepciones. De hecho, estas se han documentado en diversos estudios. Por ejemplo, en un apartado anterior de este mismo capítulo, titulado “Estudios sobre alta y baja identificación y afirmación del yo colectivo”, al resumir el trabajo realizado por Doosje, Ellemers y Spears (1995) y por Spears, Doosje y Ellemers (1997), se señaló que uno de los resultados de interés era que los participantes altos en identificación afirmaban su yo colectivo aun a costa de tener que aceptar una autoimagen negativa. Pero esta y otras excepciones no contradicen la tendencia general que Simon pone de manifiesto, ya que la identidad cumple varias funciones (véase un apartado posterior de este mismo capítulo) y, en ocasiones, es más importante la “distintividad” o la “agencia” que la positividad (valencia positiva).

Complejidad del yo

Simon y Kampmeier (2001) investigaron el impacto de la complejidad como variable personal. A diferencia de lo que sucedía con la importancia de los aspectos del yo y con la valencia, de la complejidad elevada del yo cabe esperar que:

- Fomente la autointerpretación en función de muchos aspectos del yo diferentes.
- Al mismo tiempo, impida la concentración de la autointerpretación en un solo aspecto del yo, lo que bloquearía el proceso crítico que subyace a la identidad colectiva.

Se diría, por tanto, que la complejidad elevada del yo promueve la identidad individual.

De forma complementaria, la autointerpretación de las personas de baja complejidad del yo debería estar basada en la identidad colectiva. Sin embargo, no es así, a causa del énfasis de muchas e importantes sociedades contemporáneas en la identidad individual, que se presenta como un valor cultural deseable y como una meta a la que todas las personas deben aspirar. Por eso, las personas de baja complejidad del yo estarán motivadas para salvaguardar su individualidad.

Lo anterior da lugar a una paradoja:

- En los casos de complejidad del yo alta, es improbable la construcción de la identidad colectiva por la falta de ajuste yo-categorías sociales; la identidad individual surge entonces como la que mejor encaja; desde una perspectiva estrictamente cognitiva, por tanto, habría que pronosticar que a la complejidad del yo alta le debería corresponder una identidad individual.
- En los casos de complejidad del yo baja, también es improbable la construcción de la identidad colectiva, si bien por una razón diferente, en concreto, su carácter de motivación aversiva; así pues, de nuevo la identidad individual se revela como la más atractiva en este caso, aunque ahora desde una perspectiva diferente, la motivacional.

La solución a la paradoja anterior está en el nivel medio de complejidad del yo. Este es el más apropiado para la identidad colectiva y el menos apropiado para la individual porque:

- No son excesivamente bajos ni el ajuste sociocategorial ni la motivación o disposición a la construcción de una identidad colectiva.
- Las exigencias que plantean el ajuste, por un lado, y los factores motivacionales, por otro, no son lo suficientemente fuertes para la construcción de una identidad individual.

En el trabajo de Simon y Hastedt (1999), de hecho, los participantes con complejidad media mostraban una tendencia significativamente más fuerte a la construcción de la identidad colectiva que las otras dos submuestras (complejidad alta y baja), aunque sólo cuando los aspectos del yo eran positivos.

Sin embargo, cuando estos aspectos eran negativos, la identidad individual parecía la elección preferida, independientemente de la complejidad del yo. No había diferencia entre las tres submuestras. Al parecer, los participantes con aspectos del yo negativos estaban demasiado preocupados por las implicaciones negativas de la evaluación del yo de forma que la construcción de la identidad colectiva resultaba aversiva, independientemente de la complejidad.

En conclusión, un nivel medio de complejidad del yo parece el más conducente a la identidad colectiva, al menos si la identidad se basa en un aspecto positivo del yo.

Variables del contexto social

Ya se ha señalado, en el Capítulo 1 de este manual (Definición de la Psicología Social), la importancia del contexto social en la construcción de la identidad, y, en un apartado anterior de este capítulo, se ha mostrado el papel relevante de las variables de contexto en el Modelo SIDE de Spears (2001). De igual manera, para Simon (2004, pp. 82-86), en la autointerpretación y en la construcción de la identidad, al contexto social le corresponde un papel complementario de las variables personales.

Una aportación innovadora de Simon es la distinción entre el nivel macro del contexto y sus niveles intermedios. El primero (macro) se refiere al hecho de que, en las sociedades occidentales modernas, el clima social general tiende a favorecer la identidad individual frente a la identidad colectiva, lo que se analizará en un apartado posterior de este mismo capítulo (Desarrollo histórico de la identidad individual y colectiva).

Por lo que se refiere al nivel intermedio del contexto, Simon destaca dos de sus facetas que influyen en la construcción de las identidades individuales y colectivas: la valencia de los aspectos del yo y su frecuencia y significado.

Valencia dependiente del contexto de los aspectos del yo

Diferentes circunstancias pueden otorgar una cierta valencia a un aspecto concreto del yo. El ejemplo de Simon es ilustrativo: ser alemán probablemente tendrá valencia positiva en una convención de fabricantes de automóviles, pero es seguro que su valencia será negativa en un contexto en el que se conmemore el Holocausto judío de la II Guerra Mundial provocado por la Alemania nazi. Por tanto, el primer contexto (convención automovilística) llevaría a una autointerpretación concentrada (identidad colectiva como alemán) y el segundo (conmemoración del Holocausto) a resaltar aspectos del yo adicionales para evitar o diluir implicaciones negativas para la autoevaluación (identidad individual).

El estudio de Simon, Pantaleo y Mummendey (1995) utilizó, en una muestra de participantes de diez nacionalidades diferentes, como medida de identidad colectiva la asimilación yo-endo-grupo (estimaciones de las semejanzas yo-endogrupo menos (–) estimaciones de las diferencias yo-endogrupo). Encontró que esta medida era significativamente menor en la condición de valencia negativa (en la que se pedía a los participantes que escribiesen una lista de rasgos negativos de su país) que en la de valencia positiva (los rasgos que se les solicitaba eran positivos). Otro resultado de interés era que los participantes de nacionalidad alemana generalmente mostraban una asimilación yo-endogrupo significativamente menor que los participantes no alemanes. Según los autores, hay, al menos, dos razones que podrían explicar este resultado:

- A diferencia de los participantes alemanes, los no alemanes se encontraban fuera de su país (el estudio se realizaba en Alemania) y, por tanto, en una posición de minoría numérica durante la investigación. Eso quiere decir que la nacionalidad era un aspecto del yo poco frecuente y, por tanto, capaz de captar la atención en los participantes no alemanes.

- Existe la posibilidad de diferencias crónicas en la valencia asociada a la nacionalidad. En el caso de los participantes alemanes se comprobó que los atributos que enumeraban relacionados con la nacionalidad eran menos positivos que los que enumeraban el resto de los participantes no alemanes con respecto a sus nacionalidades respectivas.

Se encontró un resultado similar en otro estudio que utilizó el mismo procedimiento, pero esta vez con participantes alemanes ($N = 46$) e italianos ($N = 77$). La asimilación yo-endogrupo disminuía en la condición de valencia negativa en comparación con la condición de valencia positiva. De nuevo, los participantes alemanes se mostraban menos dispuestos a abrazar una identidad colectiva. Mostraban menos asimilación yo-endogrupo.

En resumen, se puede decir que los dos estudios demuestran que las variaciones dependientes del contexto en la valencia de los aspectos del yo afectan a la autointerpretación y a la construcción de la identidad.

Frecuencia y significado de los aspectos del yo

La evidencia empírica indica que los aspectos del yo que se comparten con sólo una minoría de otras personas en un contexto dado tienden a adquirir un gran capacidad de captar la atención. Las personas que comparten un aspecto del yo minoritario, por lo tanto, probablemente centrarán su autointerpretación en este aspecto del yo y la basarán en la identidad colectiva. Pero la distintividad numérica por sí sola no es suficiente. Ese aspecto del yo minoritario en el contexto también debe poseer significado y relevancia. Por ejemplo, ser el único hombre en un congreso feminista cumple las dos condiciones de distintividad numérica y relevancia contextual. Es casi seguro que no tendrá relevancia contextual ser el único hombre en la parada del autobús en el centro de una ciudad.

Esto es lo que intentó contrastar un estudio realizado por Simon, Hastedt y Aufderheide (1997). Había dos variables independientes: frecuencia (mayoría vs. minoría del aspecto del yo) y significado (alto vs. bajo). Para medir la identidad se utilizaron tres índices compuestos:

- Asimilación yo-endogrupo (estimaciones de las semejanzas del yo con el endogrupo menos (-) estimaciones de las diferencias yo-endogrupo).
- Homogeneidad del endogrupo.
- Prototipicalidad (autoasignación del grado en que la persona se considera un miembro típico de su grupo menos (-) autoasignación de unicidad como persona individual).

Tal como se esperaba, los participantes con un aspecto del yo minoritario se decantaron significativamente más por la identidad colectiva que los participantes con un aspecto del yo mayoritario, pero sólo cuando el significado era alto.

Funciones de la identidad

Hay, al menos, cinco funciones de la identidad (Simon, 2004, pp. 66-68) relacionadas con las necesidades siguientes: pertenencia, distintividad, respeto o estima, comprensión o significado, y agencia.

- *Pertenencia*: por medio de la identidad la persona adquiere un lugar en el mundo social, un lugar al que siente que pertenece. En el caso de la identidad colectiva, esto es algo indudable, y lo mismo sucede con la identidad individual, que sirve de ancla a la persona en el mundo social.
- *Distintividad*: la identidad no sólo refleja lo que se es, sino lo que no se es. La identidad colectiva marca la distintividad con respecto a los exogrupos, es decir, personas que no comparten el aspecto focal del yo. La identidad individual garantiza la distintividad con respecto a otras personas individuales.

- *Respeto*: por sí sola, la identidad no es una fuente autosuficiente de respeto. Necesita del reconocimiento respetuoso de otros relevantes. La identidad colectiva garantiza el respeto mutuo y compartido de todas las personas que pertenecen al mismo grupo. Con todo, el respeto es algo problemático, porque no depende sólo del endogrupo, sino que también tiene que obtenerse del exogrupo, lo que no siempre es posible. Ahora bien, el verdadero problema lo plantea la identidad individual porque, a diferencia de la colectiva, no garantiza el acceso privilegiado al respeto de los otros similares.
- *Comprensión*: con la identidad las personas adquieren una perspectiva sobre el mundo social. De nuevo aquí la identidad colectiva tiene ventaja sobre la individual, porque la primera da acceso a una perspectiva que es socialmente compartida y por tanto fortalecida por medio de los procesos de validación social.
- *Agencia*: a través de la identidad las personas se reconocen a sí mismas como origen de sus pensamientos y acciones y como agentes sociales influyentes. La identidad colectiva por lo general señala que uno no está solo, sino que puede contar con el apoyo y la solidaridad de otros miembros del endogrupo de manera que, como grupo, uno se puede sentir con frecuencia como un agente social mucho más poderoso y eficaz. En otras ocasiones, sin embargo, las restricciones impuestas por el propio grupo (por ejemplo, normas y obligaciones) hacen que sea la identidad individual la que sirva mejor la función de agencia.

Evolución histórica de la identidad individual y colectiva

Una aportación interesante del trabajo de Simon sobre la identidad es su decisión de estudiarla como un proceso que ha evolucionado a lo largo de la historia y, más en concreto, que ha sufrido modificaciones importantes en el tránsito de la sociedad tradicional y preindustrial a la sociedad moderna industrial y posindustrial.

Simon (2004, pp. 60-61) recuerda algunas de las características de la sociedad moderna, entre ellas la división del trabajo, la industrialización, la urbanización, la comunicación de masas, la alfabetización y la construcción de la nación, junto a la permeabilidad y la movilidad social, la igualdad formal, la individualización de los intereses y la competición universalista. Recuerda igualmente este autor algo que es sobradamente conocido, en concreto, que, en el paso de la sociedad tradicional a la sociedad moderna, los colectivos preindustriales y tradicionales, como la familia, la tribu y la aldea, perdieron su capacidad para sustentar los vínculos sociales entre las personas.

La sociedad moderna es compleja. Lo es porque, debido a la diversificación del tejido social, el sistema de coordenadas sociales necesarias para ubicarse es ahora más difícil de dominar que en el pasado, y porque las personas ya no pertenecen a un único grupo social o colectivo dominante que regula todos los aspectos de su vida “de la cuna a la tumba”, como se solía decir. Al contrario, pertenecen a la vez a un número creciente de grupos sociales diferentes (grupos profesionales, comunidades de vecinos, partidos políticos, equipos deportivos, entre otros) que, con frecuencia son interdependientes pero que, en ocasiones, compiten entre sí. La persona individual se ha visto obligada a reformular su relación con la sociedad, de manera que, si bien es cierto que el grupo incorpora a muchos individuos, ahora también lo es que el individuo incorpora muchos grupos.

Es algo característico de la sociedad moderna el que ofrezca acceso a aspectos del yo adicionales y no redundantes. De esta forma expande la base para la autointerpretación y consigue que se base en un complejo creciente de aspectos del yo y fomento, de esta manera, la identidad

individual. Simon comparte la visión de varios autores que defienden que en Europa, desde la Edad Media, se ha ido perdiendo el equilibrio entre la identidad colectiva y la identidad individual. Esta última ha adquirido gran predominancia. En Europa y los países occidentales, el proceso de civilización fomenta la autointerpretación de las personas como individuos “auto-contenidos”, con un yo privado interno, separadas de las otras personas que no tienen acceso a ese yo privado y que son, por así decir, externas a la persona. A su vez, la predominancia de la identidad individual encuentra su expresión en fenómenos como la privatización psicológica, el subjetivismo reflexivo y la autoexpresión individual.

Identidad y construcción de la nación

La predominancia de la identidad individual es compatible con la identidad colectiva basada en la nacionalidad. De hecho, la construcción de la nación es un elemento de modernización. La identidad nacional es, sin lugar a dudas, una forma moderna, postradicional, de identidad colectiva.

Todos los ciudadanos pueden planificar su propio destino y son independientes cada vez en mayor medida de las estructuras y colectivos intermedios que, de esta forma, pierden su capacidad de integración y de unión. En justa reciprocidad, cada ciudadano individual tiene que mostrar adhesión al estado-nación e identificarse con él.

29.6 Resumen

Este capítulo comienza con una enumeración de los aspectos de la identidad social y personal que se han considerado en diversos capítulos del manual. Esta enumeración sirve para mostrar el papel que juega la identidad como conector de procesos psicosociales diferentes.

A continuación, se resaltan tres aportaciones importantes de la Teoría de la categorización del yo, como una introducción o preparación para la presentación de los dos modelos identitarios (*SIDE* y *SAMI* a los que se dedica la mayor parte del capítulo. Estas tres aportaciones (proceso de despersonalización, niveles de categorización y concepto de *prototipo*) permiten abordar de una manera adecuada los desplazamientos de la identidad individual a la colectiva y viceversa, la preferencia de las personas por unas identidades colectivas concretas y, en general, el papel que juega la identidad en muchos procesos psicosociales.

El siguiente gran apartado se dedica a la descripción del Modelo *SIDE*, propuesto por Spears y sus colaboradores. De este modelo se destacan sus aportaciones fundamentales, en concreto, la atención que presta a la influencia de las variables personales sobre los desplazamientos de la identidad individual a la colectiva y viceversa, la incorporación a las variables de contexto del papel de la audiencia ante la que se despliega la identidad, la distinción entre efectos cognitivos del contexto y efectos estratégicos, la importancia concedida a los niveles crónicos de baja o alta identificación con el grupo y la diferente dinámica de la identidad en los grupos de *identidad* y los de *vínculo común*.

El último apartado se dedica al Modelo *SAMI*, centrado sobre los aspectos del yo y el proceso de autointerpretación. En este modelo se estudian con mayor detalle las variables de la persona y las del contexto, que ya se habían introducido en el modelo descrito en el apartado anterior, y genera un interesante debate sobre las funciones psicológicas de la identidad y la evolución histórica de este proceso en las sociedades occidentales.

Términos de glosario

Aspecto del yo

Despersonalización

Distintividad

**Efecto de la audiencia
(sobre la autodefinición)**

Identidad colectiva

Identidad individual

Prototipo

Lecturas y otros recursos recomendados

Morales, J. F., Páez, D., Deschamps, J. C. y Worchel, S. (Eds.) (1996). *Identidad Social: Aproximaciones psicosociales a los grupos y a las relaciones entre grupos*. Valencia: Promolibro.

Este volumen reúne una serie de trabajos de autores de distintas nacionalidades sobre aspectos centrales de la identidad social y personal. Entre otros, cabe destacar el trabajo de Deschamps sobre las relaciones entre identidad social y personal, de Oakes, Haslam y Turner sobre el concepto de prototipo, de Páez y colaboradores sobre identidad, autoconciencia colectiva y valores individualistas y colectivistas, de Marques sobre el efecto “oveja negra” y de Drigotas, Insko y Schopler sobre el llamado efecto de discontinuidad.

Rodríguez-Bailón, R., Molero Alonso, F. y Morales, J. F. (2004). Cultura, Liderazgo y Poder. En D. Páez, I. Fernández, S. Ubillos y E. Zubieta (Eds.), *Psicología Social, Cultura y Educación* (pp. 719-749). Madrid: Pearson Prentice-Hall.

En este capítulo se dedica un amplio espacio a describir los estudios en los que se aplican las teorías de la identidad social y de la categorización del yo al liderazgo.

Actitud: Evaluación global y relativamente estable que las personas hacen sobre cualquier estímulo. *Pág. 457-490.*

Actitud débil: Evaluaciones relativamente menos estables y resistentes, y con menor capacidad para predecir la conducta de las personas. *Pág. 457-490.*

Actitud fuerte: Evaluaciones estables y resistentes en el tiempo, con capacidad para predecir la conducta de las personas. *Pág. 457-490.*

Actitudes ambivalentes: Evaluaciones que son a la vez positivas y negativas. *Pág. 457-490.*

Actitudes explícitas: Evaluaciones que la persona reconoce tener. Estas evaluaciones suelen ser medidas con procedimientos directos. *Pág. 457-490.*

Actitudes implícitas: Asociaciones evaluativas automáticas que la persona desconoce tener. Estas evaluaciones se suelen medir con procedimientos indirectos. *Pág. 457-490.*

Activación (arousal): Es una reacción tónica del organismo que nos pone en estado de alerta. Se configura como un estado motivacional que predispone a la acción. *Pág. 295-330, 415-440.*

Activación subliminal: Proceso que tiene lugar cuando presentamos a las personas una información en un tiempo muy breve, o cuando presentamos dicha información enmascarada en otra, de modo que no sea perceptible de forma consciente por el individuo. *Pág. 97-122.*

Aculturación: La aculturación psicológica es el proceso mediante el cual las personas cambian, al recibir el influjo del contacto con otra cultura y al participar en los cambios generales de su propia cultura. *Pág. 591-617.*

Adaptación: Cada una de las características de una especie (estructuras anatómicas, procesos fisiológicos, mecanismos psicológicos o pautas de conducta) que, durante largos periodos de tiempo evolutivo, interactuaron con el ambiente físico, social o interno de los individuos de formas que recurrentemente resolvían problemas de supervivencia y reproducción. *Pág. 33-62.*

Afecto: Disposición emocional de la persona, sentimientos y estados de ánimo tanto positivos como negativos. Se emplea normalmente en contraste con cognición, motivación y acción. *Pág. 97-122, 295-330.*

Afecto negativo: Sentimiento de malestar provocado por condiciones o estímulos aversivos. *Pág. 415-440.*

Afiliación: Tendencia a asociarse con otras personas, o necesidad de compañía, independientemente de los sentimientos que se experimenten hacia esas personas. *Pág. 333-358.*

Afrontamiento emocional primario y secundario: Estrategias de afrontamiento ante una emoción negativa, que permiten la movilización para la acción. El afrontamiento primario consiste en la modificación del medio, mientras que el secundario, o de automodificación, se basa en el acomodo o ajuste de la persona con respecto al medio. *Pág. 295-330.*

Agresión afectiva: Conducta cargada de activación emocional hostil, y dirigida básicamente a provocar algún daño a la víctima. *Pág. 415-440.*

Agresión instrumental: Conducta dirigida hacia otra persona en la que el daño que provoca tiene como objetivo conseguir alguna meta o recurso deseado más allá del perjuicio que causa a la víctima. *Pág. 415-440.*

Agresión social: Conducta dirigida a dañar las relaciones, el estatus social, o la autoestima de una persona. Puede ser directa, mediante el ostracismo, el rechazo social, expresiones o gestos de desagrado, o indirecta, difundiendo rumores o manipulando el entorno social de la víctima. *Pág. 415-440.*

Altruismo: Atención desinteresada por el cuidado del bienestar de los demás. Una conducta altruista es una acción desarrollada voluntariamente que proporciona beneficios a otras personas sin la expectativa de recibir nada a cambio, y cuyo fin último es aumentar el bienestar de quien o quienes reciben la ayuda. *Pág. 387-413.*

Altruismo recíproco: Concepto acuñado por Trivers. Es el proceso por el cual una persona ayuda a otra con la esperanza de que ésta le devuelva el favor directamente o a alguno de sus parientes. El que necesita ayuda la recibe bajo el entendimiento implícito de que debe devolverla, es decir, que la ayuda debe ser recíproca. De alguna manera, el que presta la ayuda debe poder discernir, y excluir de ella, a los individuos que, a su entender, no cumplirán su parte en el trato. *Pág. 33-62, 387-413.*

Amenaza del estereotipo: Disminución en el rendimiento de personas pertenecientes a grupos estigmatizados cuando deben realizar una tarea relacionada con el estereotipo negativo que padecen y ese estereotipo se les hace saliente. Se ha observado, por ejemplo, en afroamericanos cuando deben realizar tareas relacionadas con el rendimiento académico, o en mujeres cuando realizan actividades supuestamente masculinas, como las matemáticas. *Pág. 619-640.*

Amor romántico: Estado intenso de búsqueda de unión con otra persona, caracterizado generalmente por pensamientos obsesivos, preocupación por su bienestar, idealización, deseo de conocerla así como deseo de ser conocido por ella. *Pág. 333-358.*

Análisis pancultural: Técnica estadística que se realiza mediante la combinación de los datos de varias culturas. En este tipo de abordaje se pasa por alto las diferencias internas de cada cultura y se supone que la estructura factorial resultante tiene un carácter universal. *Pág. 63-95.*

Apego: Grado de seguridad experimentado en las relaciones interpersonales. Los diferentes estilos (preocupado, seguro, separado y temeroso/evitador) se desarrollan en la primera infancia, pero afectan a la conducta interpersonal a lo largo de toda la vida. *Pág. 359-386.*

Apoyo social: Sentimiento de que se cuenta con el respaldo de otros. Generalmente se divide en cuatro componentes: apoyo emocional, instrumental, empático e informativo. *Pág. 333-358.*

Aprendizaje colectivo: El fuerte recuerdo positivo de la Segunda Guerra Mundial refuerza e influye en la intención de conducta actual de las naciones. En las naciones victoriosas se transmite una imagen positiva de la II Guerra Mundial en la educación, las conmemoraciones y el cine, entre otros. La atribución a este hecho de un significado de guerra justa y necesaria enseña al colectivo una actitud favorable al uso de la violencia. *Pág. 717-739.*

Aspecto del yo: Cualquier elemento al que recurre una persona en su autointerpretación. Tiene una gran amplitud, y puede ser un rasgo de personalidad, una pertenencia grupal, rol, actitud o una capacidad, entre otras posibilidades. *Pág. 787-805.*

Atracción: Sentimientos positivos hacia otra persona. *Pág. 333-358.*

Atribución: Es el concepto empleado en Psicología social para referirse a las contingencias causales que emplean los individuos para organizar el mundo físico y social. *Pág. 97-122.*

Atribución de culpabilidad: Generalmente consiste en atribuir culpa y/o asignar un castigo a una persona ante una conducta dada. Para ello es necesario una serie de pasos: establecer la existencia de un daño; determinar la posibilidad de que una persona y su comportamiento puedan ser considerados como la causa del daño; determinar la existencia de intencionalidad. *Pág. 267-294.*

- Atribución de responsabilidad:** Se refiere a la asignación de responsabilidad a un actor por su relación (causación u omisión) con un hecho voluntario o accidental, del que se derivan consecuencias negativas para terceras personas. En el ámbito de la Justicia, se habla de responsabilidad penal cuando a una persona se le atribuye un acto tipificado en el Código Penal, bien sea como falta o como delito. *Pág. 267-294.*
- Autoconcepto:** Esquema básico que consiste en un conjunto organizado de creencias y actitudes acerca de uno mismo. *Pág. 63-95.*
- Autoensalzamiento (motivo de):** Deseo de creer que uno mismo es una persona valiosa y con mérito. *Pág. 3-31.*
- Automaticidad:** Procesamiento de la información que ocurre fuera del control consciente del individuo. *Pág. 97-122.*
- Autovalidación:** Se refiere a un proceso metacognitivo concreto en el que las personas evalúan la confianza que tienen en relación con sus propios pensamientos. En el contexto de la persuasión, los procesos de autovalidación resultan esenciales ya que los pensamientos que las personas generan en relación con una propuesta persuasiva sólo influyen sobre las actitudes en la medida en que se tiene confianza en ellos. *Pág. 491-516.*
- Benevolencia del mundo (creencias en la):** Constituyen el primer conjunto de creencias o presupuestos básicos. Se agrupan en tres categorías principales: las creencias sobre el carácter benevolente del mundo en general y de los hechos que en él ocurren, las creencias sobre el mundo social benevolente y los otros en quien confiar y las creencias sobre la integración social, estas últimas añadidas por Corsini (2004). *Pág. 195-211.*
- Bullying:** Conducta o intención de conducta negativa, sea en forma física, verbal, o psicosocial, que se realiza de forma repetitiva a lo largo del tiempo y que implica un desequilibrio de poder entre la víctima y el agresor. Se aplica de forma predominante a la agresión que se produce entre los niños, en el contexto escolar y otros contextos. *Pág. 415-440.*
- Calidad de vida:** Satisfacción con las condiciones de vida o nivel de vida de la persona. *Pág. 763-785.*
- Categorización cruzada:** Forma de reducir el prejuicio que consiste en resaltar las categorías comunes de pertenencia que pueden tener los miembros de dos grupos enfrentados. Por ejemplo, en el caso de un español de religión musulmana, consistiría en resaltar la categoría español, compartida con el grupo mayoritario, para reducir el prejuicio por ser musulmán. *Pág. 619-640.*
- Categorización social:** Proceso a través del cual se agrupa a las personas como miembros de una categoría por poseer alguna característica común, siendo consideradas similares a otros miembros de esa categoría y diferentes a los miembros de otras categorías. *Pág. 169-194.*
- Celos sexuales:** Estado emocional negativo provocado cuando una persona percibe que su relación amorosa con otra se ve amenazada por una tercera, sea ésta real o imaginada. *Pág. 415-440.*
- Choque cultural:** Distancia o diferencia cultural percibida en valores, normas, creencias y prácticas culturales entre la sociedad de origen y la receptora. *Pág. 63-95.*
- Clave periférica:** Cualquier variable implicada en una situación persuasiva (ya sea del emisor, del mensaje, del receptor, del canal o del contexto) con potencial para producir un cambio de actitudes en condiciones de baja probabilidad de elaboración. Es importante precisar que este término, así como otros relacionados (por ejemplo, heurístico), se emplea en este contexto para hacer referencia a una función que puede desempeñar cualquier variable, no como una característica propia de dicha variable. En este sentido, por ejemplo, el atractivo o la credibilidad de la fuente o el número de argumentos contenidos en un mensaje no son claves periféricas en sí mismas, sino que pueden funcionar como tales cuando las personas no piensan. *Pág. 491-516.*
- Cognición generadora:** Para la teoría radical de la disonancia, es la representación o creencia que la persona tiene sobre el comportamiento realizado. Esa cognición no forma parte de la razón de disonancia, sino que se utiliza para juzgar si otras cogniciones son consonantes, disonantes o irrelevantes en relación con esa representación. *Pág. 535-559.*

Cognición Social: La Psicología de la cognición social es una aproximación teórica y empírica cuyo objetivo es comprender todos los fenómenos de la conducta social investigando las estructuras y procesos cognitivos que tienen lugar en ella. *Pág. 97-122.*

Cohesión social: Grado de consenso sentido por los miembros de un grupo social en la percepción de pertenencia a un proyecto o situación común. *Pág. 295-330.*

Colectividad: Un grupo relativamente desorganizado en el que no existen procedimientos formales, o previamente definidos, para seleccionar e identificar a sus miembros, para definir los objetivos, para escoger a los líderes y para tomar decisiones. *Pág. 641-691.*

Comparación social: Acto de comparar las actitudes, habilidades y emociones propias con las de otras personas, con el fin de evaluar su corrección y adecuación. *Pág. 333-358.*

Compartir social (social sharing): Comunicar y compartir socialmente nuestros estados afectivos con otros. Este proceso comprende tanto emociones positivas como negativas. *Pág. 371-352.*

Comportamiento colectivo: Formas sociales emergentes y extra-institucionales de comportamiento. *Pág. 641-691.*

Comunicación no verbal: Se refiere a la transmisión de información e influencia por parte de una persona mediante señales físicas y conductuales. *Pág. 267-294.*

Conducta colectiva: Conducta que está determinada por la pertenencia de una persona a un grupo social y que se realiza conjunta y espontáneamente con otros miembros de ese grupo. Generalmente se produce en situaciones nuevas en las que las definiciones sociales de lo que hay que hacer son inicialmente escasas o inexistentes. *Pág. 169-194.*

Conducta de ayuda: Acción más específica que la conducta prosocial que beneficia o mejora el bienestar de otra persona, independientemente de la motivación del que la realiza y de los posibles beneficios o costes que le pueda acarrear. *Pág. 387-413.*

Conducta no verbal: Se define por oposición a la conducta verbal. Podemos distinguir distintos tipos, desde la que es dirigida voluntariamente (por ejemplo, los “emblemas”, como un saludo con la mano), a la menos controlable (por ejemplo, los “adaptadores”, como tocarse el pelo). Tiene que ver con los movimientos de nuestro cuerpo, e incluye expresiones faciales, movimientos posturales, movimientos de nuestras extremidades, tonos de voz, distancia interpersonal... *Pág. 295-330.*

Conducta prosocial: Término general que incluye todos aquellos comportamientos definidos por una sociedad como beneficiosos para los demás, tanto individuos como colectivos, y para el sistema social. *Pág. 387-413.*

Construcción de las categorías sociales: Proceso a través del cual se crean y definen activamente las categorías sociales. *Pág. 169-194.*

Contingencia asimétrica: Es uno de los niveles de reciprocidad en función de la dependencia que existe entre el donante de ayuda y el receptor. Existe una dependencia unilateral y el receptor necesita la ayuda del donante. *Pág. 387-413.*

Contingencia mutua: Es otro de los niveles de reciprocidad en función de la dependencia que existe entre el donante de ayuda y el receptor. Es el intercambio de conductas de ayuda como reciprocidad: “hoy por ti, mañana por mí”, y que sería el que se describe en el caso del altruismo recíproco. *Pág. 387-413.*

Contingencia reactiva: También es uno de los niveles de reciprocidad en función de la dependencia que existe entre el donante de ayuda y el receptor. Es el tipo de comportamiento de ayuda en las emergencias, por el cual las personas ayudan como reacción inmediata a la situación de urgencia vivida en ese momento. *Pág. 387-413.*

Cooperación: Comportamiento similar a la conducta de ayuda que incluye a dos o más personas que trabajan conjuntamente hacia una meta común que les beneficiará a ambos. *Pág. 387-413.*

Correlación ilusoria: Creencia errónea que tiene lugar cuando el individuo percibe una asociación entre dos clases de eventos que son independientes o que poseen una relación imperceptible. La asociación puede ocurrir debido a la atención diferencial que el observador presta a los estímulos distintivos. *Pág. 97-122, 213-241.*

- Creencias básicas:** Surgen en el trabajo de Parkes y se desarrollan en los de Janoff-Bulman y Epstein. Se considera que constituyen el sistema conceptual básico que poseen las personas y que les permite funcionar de manera eficiente. Proporcionan expectativas acerca del mundo y de uno mismo y se articulan en torno a tres categorías primarias: creencias sobre la benevolencia, creencias sobre el sentido del mundo, el control, el azar y la justicia y creencias sobre la dignidad de uno mismo. *Pág. 195-211.*
- Cultura del honor:** Conjunto de normas relacionadas con la reputación, el estatus social o la autoestima y posesión de recursos sexuales, que enfatizan el honor masculino, fomentan los roles de género tradicionales y contribuyen a perpetuar y justificar la violencia como medio de respuesta ante una afrenta al honor personal o familiar. *Pág. 295-330.*
- Cultura subjetiva:** Conjunto de valores, normas, creencias y actitudes que comparte un grupo social y que se refleja en los estilos de interacción social, símbolos y lenguaje, rituales y ceremonias. *Pág. 63-95.*
- Currículum oculto (Jackson, 1968):** Consiste en la existencia de una contradicción entre los valores que en el contexto educativo se transmiten explícitamente y los que se transmiten a través de los comportamientos cotidianos en el centro, en este caso. Ejemplo de ello son los valores de sumisión derivados de las exigencias para el correcto funcionamiento cotidiano frente al valor de la capacidad autocrítica y la autonomía, o la contradicción entre valores de no violencia y la presencia tolerada de exclusión y rechazo. *Pág. 415-440.*
- Darwinismo social:** Teoría promovida por el filósofo y científico inglés Herbert Spencer en la segunda mitad del siglo XIX, que trataba de aplicar los principios de la teoría de la selección natural de Darwin para explicar la evolución de las sociedades. De hecho, fue Spencer, y no Darwin, quien acuñó la expresión “supervivencia del más apto”. Según el darwinismo social, en las sociedades hay individuos más aptos y menos aptos en función de cómo sepan aprovechar las oportunidades que se les presentan. Por ello, concluye, la estratificación social es el resultado lógico de lo anterior y se debe considerar como un fenómeno “natural”, y por tanto bueno. Añade que las políticas sociales no deben esforzarse en redistribuir los bienes, sino en aumentar las oportunidades, lo que no dará lugar a la igualdad, sino que incrementará las diferencias entre los que las aprovechan y los que no, y con ello progresará la sociedad y la civilización. A principios del siglo XX esta teoría empezó a decaer dentro de las ciencias sociales, y actualmente sólo en EE.UU. goza de cierta popularidad. *Pág. 33-62.*
- Descategorización:** Forma de reducir el prejuicio que consiste en procurar que los miembros del grupo estigmatizado sean percibidos como personas individuales y no como miembros de un grupo que suscita rechazo. *Pág. 619-640.*
- Despersonalización:** Proceso básico en la Teoría de la categorización del yo. Tiene lugar cuando la persona se categoriza a sí misma como miembro de su grupo y deja de percibirse como alguien única y diferente a todos los demás. El efecto más inmediato de la despersonalización es que lleva a la persona a considerarse igual que el resto de miembros de su grupo, equivalente a ellos e intercambiable con ellos. *Pág. 787-805.*
- Determinismo genético:** Postura que defiende que los procesos psicológicos y la conducta tienen como causa primordial factores genéticos, sin que el ambiente tenga apenas influencia. *Pág. 33-62.*
- Difusión de responsabilidad:** Consiste en la inhibición del comportamiento de ayuda que se produce ante la presencia de otras personas. El individuo piensa que al haber tantas personas en la situación es probable que alguien realice la ayuda. En definitiva, el sentido de responsabilidad para ayudar se diluye entre los espectadores presentes. Cuanto mayor sea el número de espectadores en la situación, menos responsable de actuar se siente cada uno. *Pág. 387-413.*
- Dimensión descriptiva de los estereotipos de género:** Creencias sobre los atributos, roles y conductas que caracterizan a hombres y mujeres. *Pág. 243-266.*
- Dimensión prescriptiva de los estereotipos de género:** Creencias sobre los atributos, roles y conductas a los que deben conformarse hombres y mujeres. *Pág. 243-266.*
- Disonancia cognitiva:** Estado psicológico de activación desagradable, provocado por la inconsistencia entre cogniciones referidas a creencias, actitudes o conductas. La motivación para reducir ese malestar produce cambios en las cogniciones para hacerlas más coherentes entre sí. *Pág. 517-534.*

Distancia jerárquica: Dimensión que refleja hasta qué punto los miembros menos poderosos de los grupos aceptan las desigualdades de poder. Así, las culturas con alta distancia jerárquica valoran más la jerarquía social y el respeto a la autoridad, mientras que las sociedades con una baja distancia jerárquica se caracterizan por tomar las decisiones de manera consensuada. *Pág. 63-95.*

Distinción ético-émico: El enfoque *ético* es característico de los análisis de la conducta humana que enfatizan la búsqueda de lo universal. El enfoque *émico*, por su parte, es el que atiende a la exploración de las diversas formas en que se lleva a cabo una actividad en su contexto cultural concreto. *Pág. 63-95.*

Distintividad: Una de las funciones psicológicas fundamentales de la identidad. Es la que permite a la persona afirmar ante sí misma y ante los demás lo que no se es. En el plano colectivo, la distintividad permite separarse respecto a los exogrupos; en el individual, de las demás personas individuales. *Pág. 787-805.*

Efecto de generación: Mannheim, el autor clásico en el estudio de las generaciones, postuló que cada generación tiene su propia memoria colectiva. Los estudios confirman esta idea, ya que los sucesos nacionales que ocurren durante los años de formación de la identidad, entre los 12 y 25 años, tienen un mayor impacto sobre la autoimagen y las memorias colectivas de esta generación. *Pág. 717-739.*

Efecto de la audiencia (sobre la autodefinición): En el Modelo SIDE, propuesto por Spears, se analizan los llamados *efectos estratégicos del contexto sobre la autodefinición*. Dentro de estos efectos estratégicos, tiene una importancia destacada el conocimiento de la persona de que actúa delante de una audiencia ante la que se siente responsable de algún modo. Este efecto de la audiencia es una aportación original del Modelo SIDE, ya que se diferencia claramente del efecto denominado cognitivo, que se considera más espontáneo y automático. *Pág. 787-805.*

Efecto del espectador (bystander effect): Es un fenómeno del comportamiento social por el cual la tendencia a ayudar a los demás disminuye cuantas más personas estén en la situación, y además, el tiempo que transcurre hasta que alguno de ellos decide ayudar aumenta. Este efecto se puede producir por la difusión de responsabilidad o por la ignorancia pluralista, entre otros. *Pág. 387-413.*

Eficacia biológica inclusiva: Capacidad de los individuos para conseguir que sus genes estén representados en la siguiente generación, aunque sea a través de la reproducción de otros individuos que comparten su dotación genética. *Pág. 33-62.*

Elaboración: Se refiere a la cantidad de pensamiento que una persona dedica a una propuesta persuasiva. En el Capítulo 18 se ha utilizado elaboración, cantidad de pensamiento y procesamiento de la información como términos sinónimos. No obstante, elaboración se podría entender de forma más específica como el proceso a través del cual la persona pone algo de su parte a la información recibida o disponible. Como se ha descrito, la probabilidad de elaboración es un aspecto fundamental del estudio de la persuasión ya que, en términos generales, a más elaboración, mayor fuerza de las actitudes resultantes. *Pág. 491-516.*

Empatía: Capacidad de ponerse en el lugar de los demás y de experimentar sus mismas emociones. *Pág. 387-413.*

Empatía cognitiva: Se refiere a tomar la perspectiva de la otra persona, es decir, ponerse en su lugar. *Pág. 387-413.*

Empatía emocional: Consiste en tratar de experimentar las mismas respuestas emocionales que experimenta la otra persona (*empatía paralela*), o reaccionar emocionalmente ante las experiencias que esa otra persona está viviendo (*empatía reactiva*). *Pág. 387-413.*

Endogrupo: Grupo o categoría social de la que un individuo se define a sí mismo como miembro (*nosotros*) en un contexto determinado. *Pág. 169-194.*

Entornos restauradores: Contextos geográficos específicos que renuevan las capacidades funcionales disminuidas y potencian estrategias de afrontamiento y recursos adecuados para controlar el estrés. *Pág. 97-122.*

- Escalada de violencia:** Teoría que propone que la tendencia a manifestar conductas agresivas es relativamente estable a lo largo del ciclo vital, aumentando con el paso del tiempo la intensidad y la gravedad de su expresión. Esta teoría supone que las personas que se comportan de forma antisocial y violenta en la edad adulta tendrían un historial previo de conducta agresiva iniciado en la adolescencia. Este historial se ha llamado *perfil de alta violencia*. También se ha utilizado este término para referirse al aumento progresivo de la violencia que suele caracterizar las interacciones hostiles. *Pág. 415-440.*
- Escalas bipolares:** Aquellas en las que los rasgos que se miden se ubican sobre una dimensión evaluativa continua con dos polos, uno positivo y otro negativo. *Pág. 3-31.*
- Escalas unipolares:** Aquellas que abren la posibilidad de que la persona elija, a la vez, (algún punto en) el polo positivo y (algún punto en) el polo negativo de la dimensión evaluativa de los rasgos que se miden. *Pág. 3-31.*
- Espacio personal:** Área que los individuos mantienen alrededor de sí mismos en la que los otros no pueden irrumpir sin provocar incomodidad. Se trata de una distancia que establecemos entre nosotros y los demás. *Pág. 97-122.*
- Espiral de silencio:** Proceso por el que la no intervención y el silencio de los observadores de una agresión o un acto violento son interpretados como una señal de conformidad, de modo que lo que es sólo la opinión de una parte llega a ser considerado como una manifestación de aceptación generalizada que dificulta cada vez más la expresión de posiciones contrarias. *Pág. 415-440.*
- Esquemas:** Estructuras cognitivas que representan el conocimiento de una persona acerca de un objeto, persona o situación, y que incluyen conocimiento acerca de los atributos y de las relaciones entre dichos atributos. *Pág. 97-122.*
- Establecimiento de la agenda:** Hace alusión a la capacidad de los medios para dirigir la atención de la opinión pública hacia ciertos temas concretos que los medios han seleccionado como los más sobresalientes en un cierto momento temporal. *Pág. 741-762.*
- Estereotipia de ocupaciones:** Ocupaciones que se consideran más apropiadas para hombres o para mujeres. *Pág. 243-266.*
- Estereotipia de rasgo:** Características, generalmente de naturaleza psicológica, que se considera que definen de manera diferente a hombres y a mujeres. *Pág. 243-266.*
- Estereotipia de rasgos físicos:** Rasgos físicos que se consideran más característicos de hombres o de mujeres. *Pág. 243-266.*
- Estereotipia de rol de género:** Actividades que se consideran más apropiadas para hombres o para mujeres. *Pág. 243-266.*
- Estereotipo:** Mecanismo cognitivo consistente en las creencias compartidas sobre un grupo que sirven como ahorro de energía para explicar la realidad social. *Pág. 213-241.*
- Estereotipo cultural:** Se refiere a los patrones de creencias compartidos por un grupo. Es decir, sería “lo que piensan las personas en general”. *Pág. 213-241.*
- Estereotipo individual:** Hace referencia a las creencias mantenidas por un individuo sobre las características de un grupo. *Pág. 213-241.*
- Estereotipos de género:** Conjunto de creencias compartidas socialmente acerca de las características que poseen hombres y mujeres, que se suelen aplicar de manera indiscriminada a todos los miembros de cada uno de estos dos grupos. *Pág. 243-266.*
- Estigma social:** Fenómeno que se produce cuando una persona posee de forma real, o a los ojos de los demás, algún atributo o característica que le proporciona una identidad social negativa o devaluada en un determinado contexto. Al igual que sucede con el prejuicio, el estigma es un fenómeno grupal porque suele afectar a las personas pertenecientes a un determinado grupo y porque es compartido por los miembros del grupo mayoritario. *Pág. 619-640.*

Estilo comunicativo directo: Se caracteriza por la confrontación directa y la presentación enérgica de los puntos de vista. Tiene que ver con el presupuesto del individualismo de que es responsabilidad del individuo formular claramente lo que tiene en la mente, si uno espera que se le entienda. *Pág. 63-95.*

Estilo comunicativo indirecto: Estilo de comunicación en el que se recurre a la insinuación, a la evasión y a la no confrontación. Se corresponde con el yo relacional propio del colectivismo, que supone como requisito para la interacción el saber leer en la mente del otro; lo que en definitiva está en juego en la interacción comunicativa es el mantenimiento del prestigio, el honor o la armonía. *Pág. 63-95.*

Estrés ambiental: Situación que va desde el estímulo o factor “estresor” hasta la respuesta o reacción causada por el entorno. En el estrés ambiental se destaca la dimensión fisiológica y los componentes conductual y emocional para explicar la incidencia de los factores ambientales en el comportamiento. *Pág. 97-122.*

Estrés de aculturación: Es una de las consecuencias negativas que resulta del contacto entre dos grupos culturales distintos. Este tipo de estrés lo experimentan las personas que deben afrontar una nueva realidad cultural y puede manifestarse mediante un estado general de frustración y tensión. *Pág. 63-95.*

Etnofaulismo: Formas en que los miembros de un grupo se refieren a los miembros de otros grupos, especialmente cuando estos últimos son de un origen étnico diferente. *Pág. 3-31.*

Eugenesia: Ciencia aplicada que trata de mantener o mejorar el potencial genético de la especie humana. El movimiento eugenésico, fundado por Sir Francis Galton (primo de Darwin) a finales del siglo XIX, antes del redescubrimiento de las leyes de la herencia de Mendel, tuvo al principio una base científica poco sólida, y en seguida se contaminó con prejuicios clasistas y racistas. En la primera mitad del siglo XX el desarrollo de las ideas igualitarias puso en tela de juicio la validez de la eugenesia, que se vio especialmente debilitada por su utilización durante el régimen nazi. Desde mediados del pasado siglo, el movimiento ha ganado respetabilidad, al emplear los adelantos científicos para paliar problemas relativos a trastornos hereditarios graves. *Pág. 33-62.*

Evaluación (Appraisal): Interpretación o atribución de significado a los eventos físicos y sociales implicados en situaciones emocionales. Este análisis es resultante de un conjunto de cogniciones, creencias y emociones y puede dar lugar a la aparición de algún tipo de experiencia emocional (positiva o negativa). *Pág. 295-330, 415-440.*

Evitación de la incertidumbre: Grado en que los miembros de una cultura se sienten amenazados por las situaciones ambiguas o desconocidas, e intentan evitarlas por medio de códigos y creencias estrictas. Las naciones de alta evitación de la incertidumbre son más ansiosas, y necesitan leyes y reglas que regulen la vida social en cada momento. En cambio, las naciones con baja evitación de la incertidumbre aceptan más los riesgos y lo desconocido, y no precisan tantas reglas y leyes. *Pág. 63-95.*

Exclusión social: Fenómeno que hace referencia a una serie de procesos que ocasionan que algunas personas o grupos sociales, estigmatizados y objeto de prejuicio, se vean apartados de un conjunto de derechos de carácter político, laboral, económico y social propios del Estado de Bienestar reinante en los países desarrollados. La exclusión social suele originar también una exclusión moral que hace que las personas de los grupos estigmatizados queden fuera del alcance de la justicia y de las preocupaciones morales de la población mayoritaria. *Pág. 619-640.*

Factores de riesgo de conducta agresiva: Factores que se asocian a una mayor probabilidad de agresión. *Pág. 415-440.*

Fase de madurez del movimiento social: Se desarrolla al finalizar la fase inicial, o de emergencia, y se caracteriza por la creación de una organización y el establecimiento de relaciones con el contexto. *Pág. 641-691.*

Fenotipo: Manifestación externa del genotipo, es decir, de la dotación genética del individuo. Se refiere tanto a características físicas como psicológicas (cognitivas, emocionales, conductuales). Pero no se trata de una manifestación literal, sino mediada por la interacción con el ambiente en el que el individuo se desarrolla. Es sobre el fenotipo, y no directamente sobre el genotipo, sobre el que actúa la selección natural, aunque lo que se selecciona a fin de cuentas son los genes que dan lugar a cada fenotipo. *Pág. 33-62.*

- Filogenia:** Historia evolutiva de una especie. Se suele representar en forma de árbol, en el que se refleja el grado de parentesco de cada especie con otras. *Pág. 33-62.*
- Formación de impresiones:** Proceso por el que nos formamos juicios descriptivos y evaluativos sobre una persona. *Pág. 267-294.*
- Framing:** Efecto de encuadre, que se refiere a la forma en que las personas construyen las explicaciones de los acontecimientos. *Pág. 741-762.*
- Frustración:** Bloqueo u obstaculización del logro de una meta esperada y la reacción emocional resultante de dicho bloqueo. *Pág. 415-440.*
- Género:** Juicios o inferencias sobre los sexos, como estereotipos, roles, masculinidad y feminidad, o cualquier otro caso en los que el término sexo pueda construirse o utilizarse inadecuadamente. *Pág. 243-266.*
- Hechos traumáticos:** Sucesos que tienen la capacidad de alterar las creencias básicas durante un largo periodo de tiempo y, en ocasiones, durante el resto de la vida de la persona. Algunos los produce la naturaleza (inundaciones, galernas y temblores de tierra). Otros son producto de la acción humana (incendio, explosión, descarrilamiento, aviso de bomba y accidente de tráfico, entre otros). *Pág. 195-211.*
- Heurísticos cognitivos:** Rutina simplificada que ayuda a encontrar soluciones a muchos problemas de la vida diaria. Los heurísticos son parsimoniosos y no requieren mucho esfuerzo, pero a menudo propician estrategias de procesamiento y soluciones a problemas que, además de lógicamente inadecuados, resultan disfuncionales o fallidos. *Pág. 97-122.*
- Hipótesis de la frustración-agresión:** Teoría que sugiere que la frustración es la causa directa, necesaria y suficiente de las reacciones agresivas, especialmente la agresión afectiva. Ampliaciones posteriores de la versión clásica de la teoría sugieren que la relación entre frustración y agresión no es directa, sino mediada por diversos mecanismos cognitivos y emocionales. *Pág. 415-440.*
- Hipótesis del calor:** Aumento en el porcentaje de delitos de carácter afectivo (no instrumental) a medida que aumenta la temperatura ambiente. Esta relación es significativa en verano, produciéndose un “efecto verano” (véase también *Teoría de la Ley térmica de la delincuencia*). *Pág. 295-330, 441-454.*
- Hipótesis del contacto:** Fue formulada por G. W. Allport en 1954 y sostiene que, bajo ciertas condiciones, el contacto entre las personas de grupos diferentes sirve para reducir el prejuicio. El metaanálisis realizado recientemente por Pettigrew y Tropp, que resume los resultados de 515 investigaciones, ha demostrado que el contacto intergrupar reduce el prejuicio. *Pág. 619-640.*
- Hipótesis del silencio:** Las personas tienden a expresar sin problemas sus opiniones si creen que son las que predominan en la sociedad, pero prefieren ocultarlas si creen que son minoritarias. *Pág. 741-762.*
- Homogeneidad exogrupal:** Creencia de que los miembros del exogrupo comparten en mayor medida las características que les asignamos y que, por tanto, el estereotipo describe con bastante precisión a cada uno de sus miembros. *Pág. 213-241.*
- IAT:** Son la siglas en inglés del denominado *Test de Asociación Implícita*. Dicho test es una forma de medir las nuevas formas de prejuicio de las cuales, se supone, la persona no es consciente. *Pág. 457-490, 591-617.*
- Identidad colectiva:** Dentro del Modelo SAMI de Simon, corresponde a la autointerpretación centrada en un aspecto del yo socialmente compartido. Su característica fundamental es que se basa primordialmente en el único aspecto del yo que la persona comparte con otras personas, pero no con todas, en un contexto social relevante. Por tanto, es una autointerpretación concentrada, es decir, focalizada en un aspecto del yo compartido (colectivo o sociocategorial). *Pág. 787-805.*
- Identidad individual:** Dentro del Modelo SAMI de Simon, es una autointerpretación basada en una configuración compleja de aspectos del yo diferentes y no redundantes. Su característica más definitoria es la exclusividad. A ella hay que añadir la independencia. *Pág. 787-805.*

Identidad social: Proceso psicosocial que surge del conocimiento que tiene la persona de su pertenencia a ciertos grupos sociales y del significado emocional y evaluativo asociado a esa pertenencia. *Pág. 3-31, 787-805.*

Ignorancia pluralista: Consiste en inhibir la expresión de una actitud o emoción porque se piensa que la mayoría no la comparte, aunque en realidad no sea así. Este fenómeno puede tener como consecuencia, por ejemplo, que una persona no preste ayuda en una situación que ella percibe como una emergencia si, al observar a los demás testigos, interpreta, incorrectamente, que ellos consideran que no existe tal, puesto que todos están inhibiendo sus expresiones. *Pág. 387-413.*

Indicadores culturales (Teoría de los): La televisión refuerza las creencias y los valores convencionales. Debajo de cada mensaje emitido por la televisión hay un denominador común que, en esencia, se orienta al mantenimiento del orden moral y social vigente. *Pág. 741-762.*

Individualismo-colectivismo: Cuando se trata este constructo no se habla de individualismo y colectivismo, sino de individualismo-colectivismo. Hofstede, al hacer uso de esta expresión, asume una única dimensión, la cual expresa la relación entre el individuo y el grupo. El individualismo es característico de las culturas donde las vinculaciones y lealtades a los grupos adscritos son débiles, donde cada uno construye y elige sus grupos primarios (familia nuclear y relaciones interpersonales) y donde se espera que cada uno se ocupe de sí mismo. El colectivismo, por su parte, es propio de sociedades en las que las personas están integradas en grupos cohesionados que las protegen y les exigen a cambio una lealtad incuestionable. *Pág. 63-95.*

Inteligencia emocional: Capacidad para percibir emociones, para utilizarlas en la mejora del pensamiento, y para comprender y manejar emociones. *Pág. 359-386.*

Interdependencia: Grado en el que en una relación se realizan actividades comunes y se tienen objetivos e intereses compartidos. *Pág. 359-386.*

Intervención psicosocial: Aplicación de un procedimiento con el objetivo de reducir los problemas sociales. *Pág. 763-785.*

Intimidad: Percepción mutua de comprensión, respaldo y cuidado. *Pág. 359-386.*

Investigación-acción: Proceso desarrollado por Lewin que persigue el cambio social a través de la investigación de la acción que genera nuevas acciones. *Pág. 763-785.*

Justificación del sistema (motivo de): Deseo de creer que el sistema social en el que se vive es justo y legítimo. *Pág. 3-31.*

Límites de grupo permeables: Situación en la que se percibe que es posible el cambio de un grupo concreto a otro. Por ejemplo, cuando se pertenece a un grupo de bajo estatus y se percibe la posibilidad de pasar a un grupo de alto estatus. *Pág. 169-194.*

Magnitud de la disonancia: El grado de disonancia cognitiva depende de la proporción de creencias disonantes en relación con las consonantes y de la importancia de ambos tipos de cogniciones. *Pág. 517-534.*

Máquina de creencias: Metáfora utilizada por Alcock para referirse al hecho de que el ser humano ha desarrollado un sistema de creencias para mantener la supervivencia. Este sistema no busca la verdad y tampoco es lógico, ya que responde a la necesidad de supervivencia del ser humano. Actúa por selección de la información disponible, información que se moldea en función de los intereses de la persona y se combina con información ya existente para generar nuevas creencias que encajen con las que la persona ya poseía. *Pág. 195-211.*

Masa: Colectividad de personas que atienden a un objeto común, pero que no se encuentran mutuamente en proximidad física e inmediata. Se trata por tanto de una colectividad dispersa, como el conjunto de personas que está viendo un determinado programa de televisión. *Pág. 641-691.*

Masculinidad-feminidad: Las culturas masculinas están focalizadas en los logros individuales, en las acciones referidas a tareas y en valores como el logro personal y la competición. En estas sociedades

los papeles sociales de ambos sexos son claramente distintos (por ejemplo, el hombre debe ser duro e interesarse por el éxito material, mientras que la mujer debe ser modesta, tierna y estar preocupada por la calidad de vida). Por su parte, las culturas femeninas enfatizan la armonía interpersonal y las relaciones; en estas sociedades los papeles sociales se solapan (tanto hombres como mujeres deben ser modestos y tiernos, así como estar preocupados por la calidad de vida). *Pág. 63-95.*

Mecanismos de defensa de la identidad grupal: Procesos de percepción, juicio y atribución que permiten defender una buena imagen del grupo, comparándolo ventajosamente con otros. *Pág. 693-716.*

Memoria colectiva: Conjunto de representaciones del pasado que un grupo produce, conserva, elabora y transmite a través de la interacción entre sus miembros. Permite mantener una continuidad, defender una visión positiva del pasado, orientar normativamente la conducta actual y futura. Se adapta y responde a las actitudes y necesidades actuales de los grupos. *Pág. 693-716.*

Memoria comunicativa: Es la memoria vivida, basada en la experiencia directa de una generación y se transmite verbalmente a lo largo de tres generaciones. Se diferencia de la memoria colectiva, fundamentada en ritos, símbolos y narraciones culturales, en un conocimiento más abstracto. *Pág. 693-716.*

Memoria explícita: Es la que tiene lugar cuando las tareas realizadas se basan en un recuerdo consciente de experiencias previas. *Pág. 97-122.*

Memoria implícita: Es la que se manifiesta cuando las experiencias previas influyen en las tareas que se realizan pero dicha influencia tiene lugar en ausencia de consciencia. *Pág. 97-122.*

Memoria social: Influencia de los factores sociales en la memoria individual, semántica y autobiográfica. *Pág. 693-716.*

Metacognición: Se refiere a los pensamientos que las personas tienen en relación con sus propios pensamientos y procesos mentales. En términos generales, la metacognición funciona como cualquier otra forma de cognición, con la particularidad de tener como objeto los propios estados mentales y, por tanto, con la capacidad de influir sobre dichos estados mentales. En la mayor parte de las ocasiones, los procesos de metacognición requieren condiciones de alta probabilidad de elaboración. *Pág. 491-516.*

Minimización de la credibilidad, relevancia y emocionalidad: Se considera menos veraz la información sobre hechos negativos del endogrupo que del exogrupo, y la retransmisión de información sobre hechos negativos del pasado del endogrupo minimizan las emociones negativas y la relevancia de lo ocurrido —lo que no ocurre en el caso del exogrupo. *Pág. 693-716.*

Minimización de la frecuencia, distanciamiento y explicación contextual: Los hechos negativos del pasado de nuestro grupo se perciben como menos frecuentes, realizados por personas distantes o diferentes de la persona media y poco representativas del grupo, y estas acciones son más explicables por el contexto o circunstancias, que las mismas acciones llevadas a cabo por el exogrupo. *Pág. 693-716.*

Modelo de activación y coste-recompensa: Plantea una visión “económica” del comportamiento humano. Según el modelo, las personas están motivadas para maximizar sus recompensas y minimizar sus costes. Por tanto, ayudarían si los beneficios (recompensas menos costes) de ayudar son mayores que los de no ayudar. *Pág. 387-413.*

Modelo de identidad social de la conducta de las multitudes: Modelo desarrollado por Reicher según el cual el comportamiento colectivo no es el resultado de la pérdida de identidad personal, sino el reflejo de una identidad social compartida por los miembros de la multitud. *Pág. 169-194.*

Modelo del cálculo emocional: Modelo que explica la agresión a partir de la conexión cerebral cólera-miedo (la primera unida al ataque ofensivo y el segundo al ataque defensivo). *Pág. 415-440.*

Motivo de retribución (y meta de retribución): Necesidad de reparación que surge cuando se ha padecido una situación que se considera injusta y ha provocado daños o perjuicios. *Pág. 415-440.*

Motivo de venganza: Intención de conducta guiada por una intensa experiencia afectiva, y acompañada de pensamientos rumiativos e ideas de represalia hacia el causante del mal. *Pág. 415-440.*

Movimiento social: Una colectividad que actúa con cierta continuidad para promover o resistir un cambio en la sociedad o grupo de la que forma parte. La continuidad en la acción desarrolla cierto grado de organización. El movimiento social es resultado de un conflicto con un adversario social. *Pág. 641-691.*

Multitud: Es una colectividad cuyos miembros “se hallan en presencia mutua, inmediata y cara a cara”. El hecho de que los miembros de la multitud se encuentren juntos implica algún objeto de atención o propósito común. *Pág. 641-691.*

Necesidad social: Realidad social negativa sobre la que un importante número de personas están de acuerdo en que hay que corregirla. *Pág. 763-785.*

Norma de equidad: Cuando varias personas hacen una misma contribución a algo, deberían tener la misma recompensa. *Pág. 387-413.*

Norma de reciprocidad: Esta norma manifiesta que deberíamos ayudar a quienes nos ayudan. *Pág. 387-413.*

Norma de responsabilidad social: Indica que las personas deberían ayudar a aquellos que dependen de su ayuda. *Pág. 387-413.*

Objeto de actitud: Cualquier estímulo, persona, idea o cosa sobre el cual se realiza una evaluación. *Pág. 457-490.*

Ontogenia: Historia evolutiva de una persona, desde su nacimiento hasta su muerte. *Pág. 33-62.*

Orientación hacia la dominancia social: Grado en el que una persona desea que el grupo al que pertenece domine y sea superior a otros grupos. *Pág. 591-617.*

Paradigma de la complacencia inducida: Con este paradigma se comprueban los efectos sobre la disonancia de acceder a decir o hacer algo que es contrario a una actitud previa, de la que no se deduciría realizar esa conducta. La actitud cambia para hacerla consonante con la conducta realizada. *Pág. 517-534.*

Paradigma de la desconfirmación de creencias: Este paradigma se utiliza en la investigación sobre la disonancia para analizar las consecuencias de exponerse a información inconsistente con las creencias que sostiene una persona. *Pág. 517-534.*

Paradigma de la doble complacencia: Paradigma experimental en el que se solicita a una persona que acceda a realizar dos conductas relacionadas. Se comprueba cómo influye en la disonancia el que estas dos conductas sean consonantes o disonantes entre sí. *Pág. 535-559.*

Paradigma de la hipocresía: Paradigma experimental en el que se inducen sentimientos de hipocresía para producir disonancia y cambio de actitud. *Pág. 535-559.*

Paradigma de la justificación del esfuerzo: Paradigma de investigación basado en la hipótesis de que se estima más lo que es más costoso para así reducir la disonancia que produciría invertir tiempo o dinero en algo que carece de importancia. *Pág. 517-534.*

Paradigma de la libre elección: Este paradigma experimental se basa en que después de tomar una decisión entre alternativas igualmente atractivas se experimenta disonancia ya que persisten las creencias positivas de la alternativa rechazada y las creencias negativas de la alternativa elegida. *Pág. 517-534.*

Pensamiento contrafactual: Los pensamientos que tienen las personas acerca de formas alternativas en las que un evento podría haber ocurrido. *Pág. 97-122.*

Pensamientos rumiativos: Pensamientos repetitivos, normalmente de carácter desagradable, difícilmente controlables por el que los padece, y que interfieren en la vida cotidiana, pudiendo orientar las motivaciones y la intención de conducta. *Pág. 415-440.*

- Personalidad prosocial:** Se caracteriza por mantener una preocupación por el bienestar de los demás, sentir compasión por los otros y actuar guiado por dichos motivos para ayudar a las personas a conseguir y mantener dicho bienestar. *Pág. 387-413.*
- Persuasión:** Cualquier cambio, intencionalmente buscado, que ocurre en las actitudes de las personas como consecuencia de su exposición a una propuesta persuasiva. *Pág. 491-516.*
- Prejuicio:** Actitud hostil o desconfiada hacia una persona que pertenece a un grupo simplemente debido a su pertenencia a dicho grupo. *Pág. 591-617.*
- Priming:** Efectos que un contexto anterior ejerce sobre la interpretación y recuperación de la información (definición de Fiske y Taylor). *Pág. 741-762.*
- Privacidad:** Control selectivo del acceso a uno mismo o al grupo al que uno pertenece. La privacidad es un proceso dialéctico entre la privacidad deseada y la obtenida con el objetivo de alcanzar un nivel óptimo de acceso a uno mismo. *Pág. 97-122.*
- Problema social:** Situación indeseable que identifica y comunica un grupo de influencia, y que tiene una solución colectiva. *Pág. 763-785.*
- Procesamiento inconsciente:** Se refiere a los procesos y contenidos mentales que ocurren sin consciencia. *Pág. 97-122.*
- Procesos cognitivos:** Son las formas en las que la información que llega a nuestro circuito cerebral influye en la manera en que percibimos, pensamos, recordamos, sentimos y comprendemos el mundo. *Pág. 97-122.*
- Procesos colectivos:** Procesos psicológicos que superan la esfera individual e intersubjetiva, que están distribuidos entre los miembros de un grupo y se apoyan en mecanismos simbólicos externos. La memoria colectiva es un ejemplo de este proceso emergente del recuerdo de los grupos, que se apoya en los recuerdos compartidos diferentes y complementarios sobre el pasado, en ritos y símbolos, y en la interacción comunicativa de los miembros de una nación, por ejemplo. *Pág. 97-122.*
- Procesos psicosociales del movimiento social:** Son los que se generan por efecto de la interacción entre el individuo y el movimiento, como la identidad social, la ideología o el compromiso. *Pág. 641-691.*
- Prototipo:** Aplicado a una persona, designa aquella que representa de manera más idónea la posición del grupo en alguna dimensión importante para el grupo. Se considera que la posición prototípica es que la más se parece a la mantenida por los miembros del grupo y la que, a la vez, más se diferencia de la de los miembros de los otros grupos. Se calcula como la distancia media entre la persona y los miembros del exogrupo partido por la distancia media entre la persona y los demás miembros de su grupo. Conviene añadir que el concepto prototipo se puede aplicar también a ideas, actitudes, o incluso grupos. *Pág. 787-805.*
- Pseudocontingencia:** Es uno de los niveles de reciprocidad en función de la dependencia que existe entre el donante de ayuda y el receptor. En este caso, la dependencia entre el donante y el receptor es mínima. *Pág. 387-413.*
- Psicología social:** Es el estudio científico de la influencia recíproca entre el individuo y su contexto social. *Pág. 97-122.*
- Psicología social (según la definición de G. W. Allport):** Intento de comprender y explicar cómo el pensamiento, sentimiento y conducta de las personas individuales resultan influidos por la presencia real, imaginada o implícita de otras personas. *Pág. 3-31.*
- Racionalización cognitiva:** Según la Teoría radical de la disonancia, es uno de los procesos que se siguen para reducir la disonancia, y consiste en cambiar las creencias o actitudes para hacerlas coherentes con la conducta realizada. Este es el proceso ya contemplado en la teoría original. *Pág. 535-559.*

Racionalización conductual: Según la Teoría radical de la disonancia, sería un proceso alternativo a la racionalización cognitiva, y consiste en realizar un nuevo comportamiento coherente con el comportamiento anteriormente realizado que provocó la disonancia. *Pág. 535-559.*

Racismo aversivo: Es una de las nuevas formas en las que aparece el prejuicio. Surge cuando se produce un conflicto entre los valores igualitarios de una persona y los sentimientos negativos que le despiertan los miembros de un determinado grupo étnico. El resultado es una ambivalencia que se manifiesta en discriminación cuando dicha conducta puede atribuirse a motivos diferentes de la etnia o las características del grupo que sufre el prejuicio. Este tipo de racismo es muy perjudicial para el grupo que lo sufre y es difícil de combatir. *Pág. 591-617.*

Rasgos expresivos/comunales: Rasgos representativos de la dimensión femenina de los estereotipos de género (por ejemplo, sensible, tierna). *Pág. 243-266.*

Rasgos instrumentales/agentes: Rasgos representativos de la dimensión masculina de los estereotipos de género (por ejemplo, independiente, competitivo). *Pág. 243-266.*

Razón de disonancia: Representa la siguiente notación matemática: $D = C_d / C_c + C_d$; donde C_d se refiere a cogniciones disonantes y C_c a cogniciones consonantes con la representación de la conducta que provoca la disonancia. Estos componentes se ponderan por la importancia que tienen para cada persona. *Pág. 517-534.*

Recategorización: Forma de reducir el prejuicio que consiste en crear una nueva categorización que englobe conjuntamente a los miembros del exogrupo y del endogrupo. En esta estrategia está basado el Modelo de la identidad endogrupal común, que ha generado una gran cantidad de investigación en los últimos años. *Pág. 619-640.*

Reduccionismo: Explicación de un fenómeno a partir de los elementos que lo componen en un nivel de organización y complejidad inferior. Aplicado a la mente y la conducta humanas, el reduccionismo biológico consistiría en explicar los procesos psicológicos como efectos de los genes y su recombinación. *Pág. 33-62.*

Regulación emocional: Proceso de evitación, inhibición, mantenimiento o modulación de la ocurrencia, forma, intensidad y duración de los estados afectivos internos, de los procesos fisiológicos relacionados con la emoción y de la conducta concurrente. *Pág. 295-330.*

Representaciones sociales: Creencias compartidas sobre el pasado de un grupo, que cumplen funciones sociales. Las creencias que oponen una visión del pasado a otra opuesta son polémicas y más típicas de las memorias comunicativas. Las creencias que transmiten visiones diferentes, pero complementarias de la historia son emancipadas. Las creencias que transmiten visiones dominantes sobre el pasado son hegemónicas y típicas de la memoria colectiva. *Pág. 693-716.*

Respuestas cognitivas: Pensamientos que generan las personas en respuesta a una propuesta persuasiva. Estos pensamientos se pueden registrar de varias maneras. En la investigación de laboratorio, se suele proporcionar a los participantes una hoja con casillas donde pueden escribir los pensamientos. Posteriormente, la dirección y otras dimensiones de estos pensamientos son codificadas por el propio participante o por otras personas, ya que sirven para predecir el cambio de actitudes. En términos generales, cuanto más favorables sean esos pensamientos, mayor suele ser la persuasión. *Pág. 491-516.*

Rol de género: Roles socialmente asignados que se asocian tradicionalmente con hombres o con mujeres. A veces este término se emplea para designar *estereotipos de género* o *diferencias de género*. *Pág. 243-266, 441-454.*

Ruta central: Etiqueta empleada para referirse al extremo del continuo de probabilidad de elaboración en el que los receptores de una propuesta tienen la suficiente motivación y capacidad para procesar y elaborar la información persuasiva. *Pág. 491-516.*

Ruta periférica: Etiqueta que se utiliza para designar un extremo del continuo de probabilidad de elaboración en el que las personas carecen de motivación y capacidad para pensar sobre una propuesta persuasiva. *Pág. 491-516.*

Saliencia: Es una propiedad del estímulo que hace que atraiga la atención del perceptor en un contexto determinado. *Pág. 97-122.*

Saliencia de las categorías: Proceso que conduce a que las personas se autodefinan y actúen en función de una categoría social determinada en un contexto concreto. *Pág. 169-194.*

Selección de grupo: Teoría según la cual, cuando dos grupos compiten entre sí, aquel que tenga más individuos dispuestos a sacrificarse por su propio grupo de manera altruista tendrá más probabilidades de supervivencia que un grupo en el que predominen los individuos egoístas. Esta no es una teoría del conflicto intergrupal, sino de evolución de la especie, en la que la unidad sobre la que actúa la selección natural no es el individuo (como decía Darwin) ni los genes (como dice la Sociobiología), sino el grupo. *Pág. 387-413.*

Selección natural: Mecanismo propuesto por Darwin como motor de la evolución de las especies, que actúa mediante la supervivencia y reproducción diferencial de miembros de una población genéticamente distintos, de forma que, a lo largo de muchas generaciones, los rasgos heredados que son más adaptativos se mantendrán y los que no lo sean se extinguirán. *Pág. 33-62.*

Selección por parentesco: Teoría que afirma que la razón realmente importante por la cual se ayuda preferentemente a los familiares es el éxito en la transmisión genética a los miembros de la generación siguiente a través de la reproducción de los parientes a quienes se ayuda. El éxito debe superar los costes de la ayuda para el actor. *Pág. 33-62, 387-413.*

Selección sexual: Forma de selección natural en la que lo que se mantiene o se extingue son los rasgos que tienen que ver concretamente con el apareamiento. Puede ser de dos tipos: selección *intersexual*, en la que los miembros de uno de los sexos (en el caso de los mamíferos, normalmente las hembras) eligen con qué individuos del otro sexo se aparean, de forma que se seleccionan los rasgos que hacen a los individuos más atractivos para el otro sexo, y selección *intrasexual*, en la que los miembros de un sexo compiten entre sí por el acceso a individuos del otro (en los mamíferos, normalmente los machos compiten por el acceso a las hembras), lo que provoca que se seleccionen los rasgos que contribuyen al éxito en la competición. *Pág. 33-62.*

Sesgo atributivo: Ocurre cuando el perceptor social distorsiona de forma sistemática (por infrautilización o abuso) un procedimiento correcto, o cuando utiliza un procedimiento que en sí es incorrecto, para realizar atribuciones causales. *Pág. 267-294.*

Sesgo cognitivo: Se trata de desviaciones sistemáticas o distorsiones en alguna de las etapas del procesamiento en contraste con una estrategia ideal de razonamiento lógico. No es lo mismo sesgo que error, ya que este último implica una desviación respecto a un criterio normativo o a un criterio de validez normalmente inexistente en Psicología social. *Pág. 97-122.*

Sesgo de reconstrucción positiva del pasado: Resultado del esfuerzo por encontrar un sentido positivo y de la minimización social de los eventos negativos. Parece ser característico de la representación social de los hechos más distantes en el tiempo. Esto se explica por la necesidad y el esfuerzo de atribuir un sentido, orden y justificación a la historia individual y colectiva. *Pág. 717-739.*

Sesgo sociocéntrico: Predominio del recuerdo de las guerras y líderes políticos vinculados a la cultura europea y en menor medida a la nación —con una sobrevaloración de los hechos vinculados al grupo cultural dominante y al endogrupo. Manifestación en la memoria colectiva del sesgo endogrupal. *Pág. 717-739.*

Sexismo benevolente o benévolo: Sexismo basado en una visión estereotipada y limitada de la mujer, pero con tono afectivo positivo y conductas de apoyo. *Pág. 243-266.*

Sexismo hostil: Sexismo basado en una supuesta inferioridad de las mujeres como grupo. *Pág. 243-266.*

Sexo: Clasificación de las personas basada en las categorías demográficas de hombres y mujeres. *Pág. 243-266.*

Sistema de creencias explícito/racional: Además de procesar la información de manera intencional y abstracta, se basa en la lógica, la razón y la evidencia. *Pág. 195-211.*

Sistema de creencias implícito/experiencial: Estrechamente unido a las emociones, está impulsado por la búsqueda de placer y la evitación de dolor. *Pág. 195-211.*

Soledad: Experiencia subjetiva negativa, consecuencia de no tener la cantidad de contacto social esperado o relaciones con el nivel de intimidad deseado. *Pág. 359-386.*

Subtipos estereotípicos: Tipos particulares de hombres y mujeres sobre los que existen creencias estereotipadas específicas. *Pág. 243-266.*

Táctica de la “bola baja”: Basada en el Principio de coherencia. Consiste en ofrecer al blanco de influencia unas condiciones muy ventajosas. Una vez que el blanco ha planificado su conducta de acuerdo con esas condiciones, e incluso ha comenzado a realizar una serie de comportamientos encaminados a lograr el objetivo ofrecido, se cambian las condiciones a otras mucho menos ventajosas. No obstante, las personas tienden a ser coherentes con la decisión que tomaron sobre la base de las condiciones primeras. *Pág. 561-587.*

Táctica de “un penique es suficiente”: Basada en el Principio de coherencia. Consiste en hacer salientes a la persona una serie de valores importantes y hacerle una petición de forma que, si la rechaza, la persona sería incoherente con esos valores que suscribe. *Pág. 561-587.*

Táctica del “pie en la puerta”: Basada en el Principio de coherencia. Consiste en hacer una petición inicial, muy fácil de conseguir, a la que difícilmente se puede negar nadie. A esta primera solicitud le sigue otra relacionada con la primera, pero mucho más costosa, que se suele aceptar por tratar de ser coherente. *Pág. 561-587.*

Táctica del “portazo en la cara”: Basada en el Principio de reciprocidad. Consiste en hacer una petición más elevada que la que se pretende lograr. Si esa petición es rechazada, se pasa a otra más moderada, en la que se expone lo que realmente se pretendía conseguir. *Pág. 561-587.*

Techo de cristal: Barreras invisibles que impiden a las mujeres cualificadas alcanzar puestos de responsabilidad. *Pág. 243-266.*

Teoría de la categorización del yo: Marco explicativo desarrollado por Turner y colaboradores en los años 80 que se centra en el rol de los procesos de categorización social en la formación y conducta de grupo. Propone que el autoconcepto se define por una serie de categorizaciones que poseen distintos niveles de abstracción. *Pág. 169-194.*

Teoría de la ley térmica de la delincuencia: Teoría que plantea que existe una relación entre la temperatura y los actos delictivos. Se ha utilizado para explicar la relación directa entre la temperatura y el número de delitos cometidos diariamente, así como las oscilaciones anuales de los delitos dentro de una misma sociedad y las variaciones de delincuencia entre los países cálidos y los menos cálidos (véase también *Hipótesis del calor*). *Pág. 415-440.*

Teoría del aprendizaje social: También llamado *aprendizaje vicario*, es la teoría que explica el aprendizaje mediante la observación del comportamiento de otras personas y de sus consecuencias. El *modelado*, el *refuerzo* y la *imitación* son los mecanismos básicos implicados en el proceso de aprendizaje. *Pág. 415-440.*

Teoría integrada de la amenaza: Teoría que sostiene que el prejuicio surge cuando un grupo se siente amenazado por otro. Desde esta perspectiva existirían cuatro tipos de amenaza: real, simbólica, ansiedad intergrupal y la basada en los estereotipos negativos. *Pág. 591-617.*

Teorías cognitivas (de la agresividad): Teorías que sugieren los mecanismos cognitivos relevantes para la agresión. Estas teorías son complementarias a las que destacan los mecanismos afectivos y motivacionales. *Pág. 415-440.*

Teorías de la atribución: Conjunto de enfoques que tratan sobre los tipos de información que la gente utiliza para determinar las causas de las conductas, los tipos de causas que suelen diferenciarse y las reglas que se emplean para inferir las causas a partir de la información. Las teorías de la atribución se interesan por las explicaciones ordinarias, o de sentido común, que la gente da a la pregunta ¿por qué? *Pág. 267-294.*

Teorías del impulso (de la agresividad): Teorías que sugieren que la agresividad es producto de unas condiciones externas que alientan motivos para dañar a otros. La hipótesis de la frustración-agresión sería un ejemplo. *Pág. 415-440.*

Territorialidad: Patrón de conducta asociado con la posesión o la ocupación de un lugar o área geográfica por parte de un individuo o grupo, lo que implica su personalización y la defensa contra invasiones. *Pág. 97-122.*

Transiciones psicosociales: Dentro del *mundo de los supuestos* de Parkes, son aquellos sucesos vitales importantes que llevan a una cierta modificación del mundo de supuestos habitual, el cual ya no es adecuado para mantener una vida satisfactoria. *Pág. 195-211.*

Violencia: Conductas físicas o verbales que tienen la intención de herir a alguien, sea ese u otro el fin del acto violento. *Pág. 441-454.*

Violencia contra las mujeres: Conductas físicas o verbales que tienen la intención de controlar y someter a las mujeres. *Pág. 441-454.*

Bibliografía

- Aarts, H., Chartrand, T., Custer, R., Danner, U., Dik, G., Jefferis, V. E. y Cheng, C. M. (2005). Social stereotypes and automatic goal pursuit. *Social Cognition*, 6, 465-490.
- Abbey, A. (1982). Sex differences in attributions for friendly behavior: Do males misperceive females' friendliness? *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, 830-838.
- Abel, M. y Waters, H. (2005). Attributions of guilt and punishment as functions of physical attractiveness and smiling. *The Journal of Social Psychology*, 145, 687-702.
- Abelson, R. P. (1976). Script processing in attitude formation and decision-making. En J. S. Carroll y J. N. Payne (Eds.), *Cognition and social behavior*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- Abelson, R. P., Aronson, E., McGuire, W. J., Newcomb, T. M., Rosenberg, M. J. y Tannenbaum, P. H. (1968). *Theories of cognitive consistency: A sourcebook*. Chicago: Rand McNally.
- Abelson, R. P. y Gross, P. H. (1987). The strength of conjunctive explanations. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 13, 141-155.
- Aberle, D. (1966). *The Peyote religion among the Navajo*. Chicago: Aldine.
- Abrams, D. (1999). Social identity, social cognition, and the self: The flexibility and stability of self-categorization. En D. Abrams y M. A. Hogg (Eds.), *Social identity and social cognition* (pp. 197-229). Oxford: Blackwell.
- Abrams, D. y Hogg, M. A. (Eds.) (1999). *Social identity and social cognition*. Oxford: Blackwell.
- Abrams, D., Hogg, M. A. y Marques, J. M. (Eds.) (2005). *The social psychology of inclusion and exclusion*. Nueva York: Psychology Press.
- Abwender, D. A. y Hough, K. (2001). Interactive effects of characteristics of defendant and mock juror on U.S. participant's judgment and sentencing recommendations. *The Journal of Social Psychology*, 141, 603-615.
- Adolphs, R., Damasio, H., Tranel, D., Cooper, G. y Damasio, A. R. (2000). A role for somatosensory cortices in the visual recognition of emotion as revealed by three dimensional lesion mapping. *Journal of Neuroscience*, 20, 2683-2690.
- Adorno, T. W., Frenkel-Brunswick, E., Levinson, D. J. y Sanford R. N. (1950). *The authoritarian personality*. Nueva York: Harper & Row (Versión en castellano: *La personalidad autoritaria*. Buenos Aires: Proyección, 1965).
- Agars, M. D. (2004). Reconsidering the impact of gender stereotypes on the advancement of women in organizations. *Psychology of Women Quarterly*, 28, 103-111.
- Aguilar, P. (1996). *Memoria y olvido de la Guerra Civil española*. Madrid: Alianza.
- Aguilar, P. (2001). Justice, politics and memory. En A. Barahona, P. Aguilar y C. González (Eds.), *The politics of memory: Transitional justice in democratizing societies* (pp. 135-194). Oxford: Oxford University Press.
- Aguirre, A. (2000). Demarcación de la psicología cultural. *Anuario de Psicología*, 31, 109-137.

- Aguirre, B. E., Quarantelli, E. L. y Mendoza, J. L. (1988). The collective behavior of fads: The characteristics, effects and career of streaking. *American Sociological Review*, 53, 569-589.
- Aiello, J. R., Epstein, Y. M. y Karlin, R. A. (1975). The effects of crowding on electrodermal activity. *Sociological Symposium*, Fall, 32-40.
- Aiello, J. R., Nicosia, G. J. y Thompson, D. E. (1979). Physiological, social, and behavioral consequences of crowding on children and adolescents. *Child Development*, 50, 195-202.
- Aiello, J. R. y Thompson, D. E. (1980). Personal space, crowding, and spatial behaviour in a cultural context. En I. Altman, A. Rapoport y J. F. Wohlwill (Eds.), *Human behaviour and environment: Advances in theory and research*. Vol. 4: *Environment and culture* (pp. 107-178). Nueva York: Plenum Press.
- Ainsworth, M. D. S., Blehar, M. C., Waters, E. y Wall, S. (1978). *Patterns of attachment: A psychological study of the strange situations*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- Ajzen, I. (1991). Theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Alba, J. W. y Hutchinson, W. (2000). Knowledge calibration: What consumers know and what they think they know. *Journal of Consumer Research*, 22, 62-74.
- Alba, J. W. y Marmorstein, H. (1987). The effects of frequency knowledge on consumer decision making. *Journal of Consumer Research*, 14, 14-25.
- Albarracín, D., Johnson, B. T. y Zanna, M. P. (2005). *The handbook of attitudes and attitude change*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- Alcock, J. (1995). The belief engine. *Skeptical Inquirer*, 19, 2, 5-17.
- Aldwin, C. M. y Levenson, M. R. (2004). Posttraumatic growth: A developmental perspective. *Psychological Inquiry*, 15, 19-22.
- Alicke, M. D., Smith, R. H. y Klotz, M. L. (1986). Judgments of physical attractiveness: The role of faces and bodies. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 12, 381-389.
- Allen, I. L. (1983). *The language of ethnic conflict: Social organization and lexical culture*. Nueva York: Columbia University Press.
- Allen, W. (1999). *Annie Hall*. Barcelona: Tusquets (Original publicado en 1981).
- Allport, F. H. (1920). The influence of group upon association and thought. *Journal of Experimental Psychology*, 3, 159-182.
- Allport, F. H. (1924). *Social psychology*. Boston: Houghton Mifflin.
- Allport, G. W. (1935). Attitudes. En C. Murchison (Ed.), *Handbook of social psychology* (pp. 798-884). Worcester: Clark University Press.
- Allport, G. W. (1954) The historical background of social psychology. En G. Lindzey (Ed.), *Handbook of social psychology* (Vol. 1, pp. 3-56). Cambridge: Addison-Wesley.
- Allport, G. W. (1954). *The nature of prejudice*. Reading: Addison-Wesley.
- Allport, G. W. (1968). The historical background of social psychology. En G. Lindzey y E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology* (2ª ed., Vol. 1, pp. 1-80). Reading: Addison-Wesley.
- Alonso-Fernández, F. (2002). *Fanáticos terroristas. Claves psicológicas y sociales del terrorismo*. Barcelona: Salvat.
- Altemeyer, B. (1981). *Right-wing authoritarianism*. Winnipeg: University of Manitoba Press.
- Altemeyer, B. (1988). *Enemies of freedom*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Altemeyer, B. (1994). Reducing the prejudice in right-wing authoritarians. En M. P. Zanna y J. M. Olson (Eds.), *The psychology of prejudice: Ontario Symposium on Personality and Social Psychology* (Vol. 7, pp. 131-148). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Altemeyer, B. (1996). *The authoritarian spectre*. Cambridge: Harvard University Press.
- Altman, I. (1970). Territorial behavior in humans: An analysis of the concept. En L. Pastalan y D. H. Carson (Eds.), *Spatial behavior of older people*. Ann Arbor: Wayne State University Press.

- Altman, I. (1975). *The environment and social behavior: Privacy, personal space, territoriality and crowding*. Monterey: Brooks/Cole.
- Altman, I. y Low, S. M. (1992). *Place attachment*. Nueva York: Plenum Press.
- Altman, I., Nelson, P. A. y Lett, E. E. (1972). *The ecology of home environments. Catalog of selected documents in psychology*. Washington: American Psychological Association.
- Altman, I. y Rogoff, B. (1987). World views in psychology: Trait, interactional, organismic and transactional perspectives. En D. Stokols e I. Altman (Eds.), *Handbook of environmental psychology* (pp. 7-40). Nueva York: Wiley.
- Altman, I. y Taylor, D. (1973). *Social penetration: The development of interpersonal relationships*. Nueva York: Holt, Rinehart & Winston.
- Álvaro, J. L., Garrido, A. y Torregosa, J. R. (1996). *Psicología social aplicada*. Madrid: McGraw-Hill.
- Amnesty International (1999). *Pakistan: Violence against women in the name of honor*. Londres: Amnesty International.
- Anderson, C. A. y Anderson, K. B. (1996). Violent crime rate studies in philosophical context: A destructive testing approach to heat and southern culture of violence effects. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 4, 740-756.
- Anderson, C. A., Anderson, K. B. y Deuser, W. E. (1996). Examining an affective aggression framework: Weapon and temperature effects on aggressive thoughts, affect, and attitudes. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 4, 434-448.
- Anderson, C. A., Bushman, B. J. y Groom, R. W. (1997). Hot years and serious and deadly assault: Empirical tests of the heat hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 1213-1223.
- Anderson, N. H. (1962). Application of an additive model to impression formation. *Science*, 138, 817-818.
- Anderson, N. H. (1965). Averaging versus adding as a stimulus-combination rule in impression formation. *Journal of Experimental Psychology*, 70, 394-400.
- Andreu, J. M., Peña, M. E. y Martín, J. (1999). Diferenciación sexual en el grado de justificación de la agresión. *Boletín de Psicología*, 64, 45-56.
- Appelgry, A. y Niewoudt, J. (1988). Relative deprivation and the ethnic attitudes of blacks and Afrikaans-speaking whites in South Africa. *Journal of Social Psychology*, 128, 311-23.
- Archer, D. y Gartner, R. (1984). *Violence and crime in cross-national perspective*. New Haven: Yale University Press.
- Archer, J. (2004). Sex differences in aggression in real-world settings: A meta-analytic review. *Review of General Psychology*, 8, 4, 291-322.
- Archer, J. y Haigh, A. (1999). Sex differences in beliefs about aggression: Opponent's sex and the form of aggression. *British Journal of Social Psychology*, 38, 1, 71-84.
- Ardener, E. (1975). The "problem" revisited. En S. Ardener (Ed.), *Perceiving women* (pp. 19-27). Londres: Malaby Press.
- Ardener, S. (1978). Introduction: The nature of women in society. En S. Ardener (Ed.), *Defining females* (pp. 9-48). Nueva York: Wiley.
- Ardrey, R. (1966). *The territorial imperative*. Nueva York: Atheneum.
- Argyle, M. (1987). *The psychology of happiness*. Londres: Methuen.
- Argyle, M. y Dean, J. (1965). Eye-contact, distance and affiliation. *Sociometry*, 28, 289-304.
- Armeli, S., Gunthert, K. C. y Cohen, L. H. (2001). Stressors appraisals, coping and post-events outcomes. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 20, 366-395.
- Arnold, M. B. (1960). *Emotion and personality. Psychological aspects* (Vol. 1). Nueva York: Columbia University Press.
- Aron, A. y Westbay, L. (1996). Dimensions of the prototype of love. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 535-551.

- Aronfreed, J. y Paskal, V. (1965). Altruism, empathy, and the conditioning of positive affect. Manuscrito inédito, Universidad de Pensilvania.
- Aronson, E. (1968). Dissonance theory: Progress and problems. En R. Abelson, E. Aronson, W. McGuire, T. Newcomb, M. Rosenberg y P. Tannenbaum (Eds.), *Theories of consistency: A sourcebook* (pp. 5-27). Chicago: Rand McNally.
- Aronson, E. (1999). Dissonance, hypocrisy, and the self-concept. En E. Harmon-Jones y J. Mills (Eds.), *Cognitive dissonance: Progress on a pivotal theory in social psychology* (pp. 103-126). Washington: American Psychological Association.
- Aronson, E. y Carlsmith, J. M. (1962). Performance expectancy as a determinant of actual performance. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 65, 178-182.
- Aronson, E. y Carlsmith, J. M. (1963). Effect of severity of threat on the valuation of forbidden behavior. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66, 584-588.
- Aronson, E., Fried, C. y Stone, J. (1991). Overcoming denial and increasing the intention to use condoms through the induction of hypocrisy. *American Journal of Public Health*, 81, 1636-1638.
- Aronson, E. y Linder, D. (1965). Gain and loss of esteem as determinants of interpersonal attractiveness. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1, 156-171.
- Aronson, E. y Mills, J. (1959). The effects of severity of initiation on liking for a group. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 59, 177-181.
- Aronson, E. y Pratkanis, A. (1992). *Age of propaganda*. Nueva York: Freeman.
- Aronson, E., Willerman, B. y Floyd, J. (1966). The effect of a pratfall on increasing personal attractiveness. *Psychonomic Science*, 4, 227-238.
- Aronson, J., Cohen, G. y Nail, P. R. (1999). Self-affirmation theory: An update and appraisal. En E. Harmon-Jones y J. Mills (Eds.), *Cognitive dissonance: Progress on a pivotal theory in social psychology* (pp. 127-147). Washington: American Psychological Association.
- Aronson, J., Lustina, M. J., Good, C., Keough, K., Steele, C. M. y Brown, J. (1999). When white men can't do maths: Necessary and sufficient factors in stereotype threat. *Journal of Experimental Social Psychology*, 35, 29-46.
- Arrindell, W. A., Hatzichristou, C., Wensink, J., Rosenberg, E., van Twillert, B., Stedema, J. y Meijer, D. (1997). Dimensions of national culture as predictors of cross-national differences in subjective well-being. *Personality and Individual Differences*, 23, 37-53.
- Asch, S. E. (1946). Forming impressions of personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41, 258-290.
- Asch, S. E. (1952). *Social psychology*. Englewood Cliffs: Prentice Hall (Versión en castellano: *Psicología social*. Buenos Aires: Eudeba).
- Ashmore, R. D. y del Boca, F. K. (1979). Sex stereotypes and implicit personality theory: Toward a cognitive-social psychological conceptualization. *Sex Roles*, 5, 219-248.
- Ashmore, R. D. y del Boca, F. K. (1981). Conceptual approaches to stereotypes and stereotyping. En D. L. Hamilton (Ed.), *Cognitive processes in stereotyping and intergroup behavior* (pp. 37-81). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Atran, S. y Norenzayan, A. (2004). Religions evolutionary landscape: Counterintuition, commitment, compassion, communion. *Behavioral and Brain Sciences*, 27, 713-777.
- Attias-Donfut, C. y Wolf, F. C. (2003). *Generational memory and family relationships*. Agosto 2003. Documento CNAV.
- Augoustinos, M. (1991). Consensual representation of social structure in different age groups. *British Journal of Social Psychology*, 30, 193-205.
- Averill, J. R. (1980). A constructivist view of emotion. En R. Plutchik y H. Kellerman (Eds.), *Theories of emotion*. Nueva York: Academic Press.

- Averill, J. R. (1990). Inner feelings, works of the flesh, the beast within, diseases of the mind, driving force, and putting on a show: Six metaphors of emotion and their theoretical extensions. En D. E. Leary (Ed.), *Metaphors in the history of psychology* (pp. 104-132). Nueva York: Cambridge University Press.
- Averill, J. R. (1997). *The emotions: An integrative approach*. En R. Hogan y J. A. Johnson (Eds.), *Handbook of personality psychology* (pp. 513-541). San Diego: Academic Press.
- Axson, D. y Cooper, J. (1985). Cognitive dissonance and psychotherapy: The role of effort justification in inducing weight loss. *Journal of Experimental Social Psychology*, 21, 149-160.
- B.B.C. (2004). Honduras: más penas para maras. En http://newsvote.bbc.co.uk/news.bbc.co.uk/hi/spanish/latin_america
- Baddeley, A. D. (1996). Exploring the Central Executive. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 49A, 5-28.
- Bakan, D. (1966). *The duality of human existence: Isolation and communion in western man*. Boston: Beacon Press.
- Baldwin, M. W. y Fehr, B. (1995). On the instability of attachment style ratings. *Personal Relationships*, 2, 247-261.
- Banaji, M. R., Greenwald, A. G. y Nosek, B. A. <http://implicit.harvard.edu/implicit/demo>.
- Banaji, M. R. y Hardin, C. (1996). Automatic stereotyping. *Psychological Science*, 7, 136-141.
- Bandura, A. (1973). *Aggression. A social learning analysis*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs: Prentice Hall (Versión en castellano: *Fundamentos sociales del pensamiento y de la acción*. Barcelona: Martínez Roca, 1987).
- Bandura, A. (1994). Mecanismos de desconexión moral. En W. Reich (Coor.), *Orígenes del terrorismo*. Barcelona: Pomares-Corredor.
- Bandura, A. (1999). *Auto-eficacia: cómo afrontar cambios en la sociedad actual*. Bilbao: Desclée de Brouwer.
- Bandura, A., Ross, D. y Ross, S. (1963). Imitation of film-mediated aggressive models. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66, 3-11.
- Bandura, A. y Walters, R. (1959). *Adolescent aggression*. Nueva York: The Ronald Press.
- Bar-Tal, D. y Raviv, A. (1982). A cognitive-learning model of helping behavior development: Possible implications and applications. En N. Eisenberg (Ed.), *The development of prosocial behavior* (pp. 199-217). Nueva York: Academic Press.
- Barak, A. (1990). Counselor training in empathy by a game procedure. *Counselor Education and Supervision*, 29, 170-186.
- Bard, P. (1934). On emotional expression after decortication with some remarks on certain theoretical views. Part II. *Psychological Review*, 41, 424-49.
- Bargh, J. A., Chaiken, S., Gendler, R. y Pratto, F. (1992). The generality of the automatic attitude activation effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 893-912.
- Bargh, J. A. y Pietromonaco, P. (1982). Automatic information processing and social perception: The influence of trait information presented outside of conscious awareness on impression formation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, 437-449.
- Barkan, S. (1979). Strategic, tactical and organizational dilemmas of the protest movement against nuclear power. *Sociological Problems*, 27, 19-37.
- Barker, R. (1968). *Ecological psychology*. Stanford: Stanford University Press.
- Barker, R. y Wright, H. F. (1955). *Midwest and its children. The psychological ecology of American town*. Nueva York: Harper and Row.
- Barkow, J. H. (1989). *Darwin, sex and status: Biological approaches to mind and culture*. Toronto: University of Toronto Press.

- Baron, R. A. (1987). Effects of negative ions on cognitive performance. *Journal of Applied Psychology*, 72, 131-137.
- Baron, R. A. y Bell, P. A. (1976a). Physical distance and helping: Some unexpected benefits of "crowding in" on others. *Journal of Applied Social Psychology*, 6, 95-104.
- Baron, R. A. y Bell, P. A. (1976b). Aggression and heat: The influence of ambient temperature, negative affect and a cooling drink on physical aggression. *Journal of Personality and Social Psychology*, 33, 245-255.
- Baron, R. A. y Byrne, D. (1991). *Social psychology. Understanding human interaction* (6ª ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Baron, R. A. y Byrne, D. (1998). *Psicología social* (8ª ed.). Madrid: Prentice Hall.
- Baron, R. A. y Richardson, D. R. (1994). *Human aggression*. Nueva York: Plenum Press.
- Barrett, D. W., Wosinska, W., Butner, J., Petrova, P., Gornik-Durose, M. y Cialdini, R. B. (2004). Individual differences in the motivation to comply across cultures: The impact of social obligation. *Personality and Individual Differences*, 37, 19-31.
- Barrett, L., Dunbar, R. y Lycett, J. (2002). *Human evolutionary psychology*. Houndmills: Palgrave.
- Barriga, S., León, J. M., Martínez, M. F. y Fernández, I. (1990). *Psicología de la salud. Aproximaciones desde la psicología social*. Sevilla: Sedal.
- Bartholomew, K. y Horowitz, L. M. (1991). Attachment styles among young adults: A test of a four-category model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61, 226-244.
- Bartlett, F. C. (1932/1973). *Remembering: A study in experimental and social psychology*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Basabe, N., Páez, D., Valencia, J., González, J. L., Rimé, B. y Diener, E. (2002). Cultural dimensions, socio-economic development, climate and emotional hedonic level. *Cognition and Emotion*, 16, 103-126.
- Basabe, N. y Ros, M. (2005). Cultural dimensions and social behavior correlates: Individualism-collectivism and power distance. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 18, 189-224.
- Basabe, N. y Valencia, J. (2007). Social structure, culture of peace and emotional climate. *Journal of Social Issues*, en prensa.
- Basabe, N., Zlobina, A. y Páez, D. (2004). Integración socio-cultural y adaptación psicológica de los inmigrantes extranjeros en el País Vasco. *Cuadernos Sociológicos Vascos*, nº 15. Vitoria: Gobierno Vasco. <http://gvas.euskadi.net/pub/gv/estudios sociologicos/csv15.pdf>.
- Bassili, J. N. (1996). Meta-judgmental versus operative indexes of psychological attributes: The case of measures of attitude strength. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 637-653.
- Bates, L., Luster, T. y Vandenberg, M. (2003). Factors related to social competence in elementary school among children of adolescent mothers. *Social Development*, 12, 107-124.
- Batniji, R., van Ommeren, M. y Saraceno, B. (2006). Mental and social health in disasters: Relating qualitative social science research and the Sphere standard. *Social Science and Medicine*, 62 (8), 1853-1864.
- Batson, C. D. (1998). Altruism and prosocial behavior. En D. T. Gilbert, S. T. Fiske, y G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology* (4ª ed., Vol. 2, pp. 282-316). Nueva York: McGraw-Hill.
- Batson, C. D., Chang, J., Orr, R. y Rowland, J. (2002). Empathy, attitudes and action: Can feeling for a member of a stigmatized group motivate one to help the group? *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 1656-1666.
- Batson, C. D., Duncan, B. D., Ackerman, P., Buckley, T. y Birch, K. (1981). Is empathic emotion a source of altruistic motivation? *Journal of Personality and Social Psychology*, 40, 290-302.
- Batson, C. D., Polycarpou, M. P., Harmon-Jones, E., Imhoff, H. J., Mitchener, E. C., Bednar, L. L., Klein, T. R. y Highberger, L. (1997). Empathy and attitudes: Can feelings for a member of a stigmatized group improve feelings toward the group? *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 105-118.
- Batson, C. D., Turk, C. L., Shaw, L. L. y Klein, T. R. (1995). Information function of empathic emotion: Learning that we value another's welfare. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 300-313.

- Baum, A., Taylor, S. A. y Singer, J. E. (1984). *Handbook of psychology and health*. Nueva York: L. Erlbaum.
- Bauman, Z. (2001). *Globalització. Les conseqüències humanes*. Barcelona: Edicions de la Universitat Oberta de Catalunya. Pòrtic. (Original publicado en 1998).
- Baumeister, R. F. (1982). A self-presentational view of social phenomena. *Psychological Bulletin*, 91, 3-26.
- Baumeister, R. F. (1998). The self. En D. T. Gilbert, S. T. Fiske y G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology* (4ª ed., Vol. 1, pp. 680-740). Nueva York: McGraw-Hill.
- Baumeister, R. F. y Bratslavsky, E. (1999). Passion, intimacy, and time: Passionate love as a function of change in intimacy. *Personality and Social Psychology Review*, 3, 49-67.
- Baumeister, R. F., Chesner, S. P. y Senders, P. S. (1988). Who's in charge here? Group leaders do lead help in emergencies. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 14, 17-22.
- Baumeister, R. F. y Hastings, S. (1997). Distortions of collective memory: How groups flatter and deceive themselves. In J. W. Pennebaker, D. Páez and B. Rimé (Eds.), *Collective memory of political events: Social psychological perspectives* (pp. 274-293). Mahwah: L. Erlbaum.
- Baumeister, R. F. y Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117, 497-529.
- Baumeister, R. F. y Vohs, K. D. (2005). The pursuit of meaningfulness in life. En C. R. Snyder y S. J. López (Eds.), *Handbook of positive psychology* (pp. 598-603). Oxford: Oxford University Press.
- Baumeister, R. F., Wortman, S. R. y Stillwell, A. M. (1993). Unrequited love: On heartbreak, anger, guilt, scriptlessness, and humiliation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 377- 394.
- Beauvois, J. L. y Joule, R. V. (1996). *A radical dissonance theory*. Londres: Taylor & Francis.
- Beauvois, J. L. y Joule, R. V. (1999). A radical point of view on dissonance theory. En E. Harmon-Jones y J. Mills (Eds.), *Cognitive dissonance: Progress on a pivotal theory in social psychology* (pp. 45-70). Washington: American Psychological Association.
- Becker, F. D. (1973). Study of spatial markers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 26, 439-445.
- Begue, L. (2002). Belief in justice and faith in people: Just world, religiosity and interpersonal trust. *Personality and Individual Differences*, 32, 375-382.
- Behr, R. e Iyengar, S. (1985). Television news, real-world cues, and changes in the public agenda. *Public Opinion Quarterly*, 49, 38-57.
- Bell, D. (1960). *The end of ideology*. Nueva York: Collier.
- Bell, D. (1992). Epílogo: Revisión del fin de las ideologías. En D. Bell, *El fin de las ideologías. Sobre el agotamiento de las ideas políticas en los años cincuenta*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (Original publicado en 1988).
- Bell, P. A., Fisher, J. D., Baum, A. y Greene, T. C. (1996). *Environmental psychology* (4ª ed.). Forth Worth: Harcourt Brace.
- Bellah, R. N., Madsen, R., Sullivan, W. M., Swidler, A. y Tipton, S. M. (1989). *Hábitos del corazón*. Madrid: Alianza.
- Belsky, J. (1999). Interactional and contextual determinants of attachment security. En J. Cassidy y P. R. Shaver (Eds.), *Handbook of attachment: Theory, research, and clinical applications* (pp. 249-264). Nueva York: Guilford Press.
- Bem, D. J. (1967). Self-perception: An alternative interpretation of cognitive dissonance phenomena. *Psychological Review*, 74, 183-200.
- Bem, D. J. (1972). Self-perception theory. En L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (vol. 6, pp. 1-62). Nueva York: Academic Press.
- Bem, S. L. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42, 155-162.
- Benson, P. L., Karabenick, S. A. y Lerner, R. M. (1976). Pretty pleases: The effects of physical attractiveness, race, and sex on receiving help. *Journal of Experimental Psychology*, 12, 409-415.

- Berelson, B. (1949). What "missing the newspaper" means. En P. Lazarsfeld y F. Stanton (Eds.), *Communication research 1948-49* (pp. 111-129). Nueva York: Harper and Brothers.
- Berelson, B., Lazarsfeld, P. y McPhee, W. (1954). *Voting: A study of opinion formation in a presidential campaign*. Chicago: University of Chicago Press.
- Berger, J. (1986). *Y nuestros rostros, mi vida, breves como fotos*. Madrid: Hermann Blume.
- Berger, P. y Luckmann, T. (1966). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Berglas, S. y Jones, E. E. (1978). Drug choice as a self-handicapping strategy in response to noncontingent success. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, 405-417.
- Berglund, B., Lindvall, T. y Schwela, D. H. (Eds.) (1999). *WHO guidelines for community noise*. Ginebra: World Health Organization.
- Berkman, L. y Syme, L. (1979). Social networks, host resistance, and mortality: A nine year follow-up study of Alameda County residents. *American Journal of Epidemiology*, 109, 186-204.
- Berkowitz, L. (1969). The frustration-aggression hypothesis revisited. En L. Berkowitz (Ed.), *Roots of aggression*. Nueva York: Atherton.
- Berkowitz, L. (1983). The experience of anger as a parallel process in the display of impulsive "angry" aggression. En R. G. Geen y E. Donnerstein (Eds.), *Aggression: Theoretical and empirical reviews* (vol. 1, pp. 103-133). Nueva York: Academic Press.
- Berkowitz, L. (1993). *Agresión: its causes, consequences and control*. Nueva York: McGraw-Hill.
- Berkowitz, L. (1999). Anger. En T. Dalgleish y M. J. Power (Eds.), *Handbook of cognition and emotion* (pp. 411-428). Nueva York: Wiley.
- Berkowitz, L., Cochran, S., y Embree, M. (1981). Physical pain and the goal of aversively stimulated aggression. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40, 687-700.
- Berkowitz, L. y Daniels, L. (1963). Responsibility and dependency. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66, 429-436.
- Berkowitz, L. y Rogers, K. (1986). A priming effect analysis of media influences. En J. Bryant y D. Zillmann (Eds.), *Perspectives on media effects* (pp. 57-81). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Berlyne, D. E. (1960). *Conflict, arousal and curiosity*. Nueva York: McGraw-Hill.
- Berndsen, M., Spears, R., van der Pligt, J. y McGarty, C. (2002). Illusory correlation and stereotype formation: Making sense of group differences and cognitive biases. En C. McGarty, V. Yzerbyt y R. Spears (Eds.), *Stereotypes as explanations. The formation of meaningful beliefs about social groups* (pp. 90-110). Cambridge: Cambridge University Press.
- Bernstein, W. M., Stephenson, B. O., Snyder, M. L. y Wicklund, R. A. (1983). Casual ambiguity and heterosexual affiliation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 19, 78-92.
- Berry, J. W. (1990). Psychology of acculturation. En J. Berman (Ed.), *Cross-cultural perspectives: Nebraska Symposium on Motivation* (pp. 457-488). Lincoln: University of Nebraska Press.
- Berry, J. W., Poortinga, Y. H., Segall, M. H. y Dasen, P. R. (1992). *Cross-cultural psychology: Research and applications*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Berscheid, E. (1985). Interpersonal attraction. En G. Lindzey y E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology* (3ª ed., Vol. 2, pp. 413-484). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Berscheid, E. (1999). The greening of relationship science. *American Psychologist*, 54, 260-266.
- Berscheid, E., Graziano, W., Monson, T. y Dermer, M. (1976). Outcome dependency: Attention, attribution, and attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 978-989.
- Berscheid, E. y Reis, H. T. (1998). Attraction and close relationships. En D. T. Gilbert, S. T. Fiske y G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social Psychology* (4ª ed., Vol. 2, pp. 193-281). Nueva York: McGraw-Hill.
- Berscheid, E. y Walster, E. H. (1974). A little bit about love. In T. L. Huston (Ed.), *Foundations of interpersonal attraction* (pp. 355-381). Nueva York: Academic Press.
- Berscheid, E. y Walster, E. H. (1978). *Interpersonal attraction* (2ª ed.). Reading: Addison-Wesley.

- Best, D. L. y Williams, J. E. (1997). Sex, gender, and culture. En J. W. Berry, M. H. Segall y C. Kagitçibasi (Eds.), *Handbook of cross-cultural psychology* (2ª ed., Vol. 3, pp. 163-212). Needham Heights: Allyn & Bacon.
- Betancor, V. (1998a). Influencia del tipo de rasgo y de la meta de procesamiento en la espontaneidad del proceso inferencial. *Psicothema*, 10, 437-445.
- Betancor, V. (1998b). Influencia de las expectativas estereotípicas en la espontaneidad del proceso inferencial. *Revista de Psicología Social*, 13, 107-116.
- Betancor, V., Rodríguez, A., Rodríguez, A. y Sánchez, J. (2001). La activación del estereotipo bajo anestesia general reduce la ambigüedad de la información social. *Psicothema*, 13, 318-323.
- Bettelheim, B. y Janowitz, M. (1950). *Social change and prejudice*. Washington: The American Jewish Committee.
- Beynon, J. (1989). A school for men: An ethnographic case study of routine violence in schooling. En J. Archer y K. Browne (Eds.), *Human aggression: Naturalistic approaches* (pp. 122-150). Londres: Routledge & Kegan Paul.
- Bickman, L. (1974). The social power of a uniform. *Journal of Applied Social Psychology*, 4, 47-61.
- Bickman, L. (1980). *Applied social psychology annual* (Vol 1). Beverly Hills: Sage.
- Bickman, L. (1981). Some distinctions between basic and applied approaches. En L. Bickman (Ed.), *Applied social psychology annual* (Vol. 2, pp. 23-44). Beverly Hills: Sage.
- Bickman, L. y Kamzan, M. (1973). The effect of race and need on helping behavior. *Journal of Social Psychology*, 89, 73-77.
- Bierbrauer, G. (2000). Social justice and political ideology in an immigrant country. En T. Bau, K. J. Hopt y N. Horn (Eds.), *Corporation, capital market and business in the law* (pp. 89-99). Londres: Kluwer Law Internacional.
- Bierhoff, H. W. (2002). *Prosocial behaviour*. Londres: Psychology Press.
- Bierhoff, H. W., Klein, R. y Kramp, P. (1991). Evidence for the altruistic personality from data on accident research. *Journal of Personality*, 59, 263-280.
- Biernat, M. y Kobrynowicz, D. (1997). Gender- and race- based standards of competence: Lower minimum standards but higher ability standards for devalued groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 544-557.
- Biernat, M. y Manis, M. (1994). Shifting standards and stereotype-based judgments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 5-20.
- Biernat, M. y Thompson, E. R. (2002). Shifting standards and contextual variation in stereotyping. *European Review of Social Psychology*, 12, 103-137.
- Birchler, G. R., Weiss, R. L. y Vincent, J. P. (1975). Multimethod analysis of social reinforcement exchange between maritally distressed and undistressed spouse and stranger dyads. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 349-360.
- Bissonnette, V. L., Rusbult, C. E. y Kilpatrick, S. D. (1997). Empathic accuracy and marital conflict resolution. En W. J. Ickes (Ed.), *Empathic accuracy* (pp. 251-281). Nueva York: Guilford Press.
- Bizer, G. Y. y Krosnick, J. A. (2001). Exploring the structure of strength-related attitude features: The relation between attitude importance and attitude accessibility. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 566-586.
- Blake, R. R. y Mouton, J. S. (1961). Comprehension of own and outgroup positions under intergroup competition. *Journal of Conflict Resolution*, 5, 304-310.
- Blake, R. R. y Mouton, J. S. (1962). Overvaluation of own group's product in intergroup competition. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 64, 237-238.
- Blakemore, S. J. y Decety, J. (2001). From the perception of action to the understanding of intention. *Nature Reviews: Neuroscience*, 2, 561-567.
- Blanchard, R. J., Blanchard, D. C. y Takahashi, L. K. (1977). Reflexive thinking in the albino rat: Aggressive or defensive behavior? *Aggressive Behavior*, 3, 145-155.

- Blanco, A. (1985). La calidad de vida: supuestos psicosociales. En J. F. Morales, A. Blanco, C. Huici y J. M. Fernández Dols (Eds.), *Psicología social aplicada* (pp. 159-182). Bilbao: Desclee de Brouwer.
- Blanco, A. (1988). *Cinco tradiciones en la psicología social*. Madrid: Morata.
- Blanco, A. y Chacón, F. (1985). La evaluación de la calidad de vida. En J. F. Morales, A. Blanco, C. Huici y J. M. Fernández Dols (Eds.), *Psicología social aplicada* (pp. 183-210). Bilbao: Desclee de Brouwer.
- Blanco, A. y de la Corte, L. (1996). La psicología social aplicada: algunos matices sobre su desarrollo histórico. En J. L. Alvaro, A. Garrido y J. R. Torregrosa (Coords.), *Psicología social aplicada* (pp. 3-38). Madrid: McGraw-Hill.
- Blanco, A., Fernández Dols, J. M., Huici, C. y Morales, J. F. (1981). Introducción. En J. F. Morales, A. Blanco, C. Huici y J. M. Fernández Dols (Eds.), *Psicología social aplicada* (pp. 4-34). Bilbao: Desclee de Brouwer.
- Blumer, H. (1951). Collective behavior. En A. Lee (Ed.), *Principles of sociology* (pp. 166-222). Nueva York: Barnes & Noble.
- Blumer, H. (1957). Collective behavior. *Review of Sociology*, 127-158.
- Bock, P. K. (1987). *Rethinking psychological anthropology*. Nueva York: Freeman.
- Bock, P. K. (1994). *Psychological anthropology*. Westport: Praeger.
- Bodenhausen, G. V. y Lichtenstein, M. (1987). Social stereotypes and information-processing strategies: The impact of task complexity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 267-282.
- Bodenhausen, G. V. y Wyer, R. S., Jr. (1985). Effects of stereotypes on decision making and information-processing strategies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48, 267-282.
- Boekaerts, M., Otten, S. y Voeten, R. (2003). Examination performance: Are student's causal attributions school-subject specific? *Anxiety, Stress, and Coping*, 16, 331-342.
- Bohner, G. y Wänke, M. (2002). *Attitudes and attitude change*. Nueva York: Psychology Press.
- Bolea, A. S. (1986). Treating loneliness in children. En S. M. Natale (Ed.), *Psychotherapy and the lonely patient* (pp. 15-28). Nueva York: Haworth.
- Bolton, C. (1972). Alienation and action: A survey of peace-group members. *American Journal of Sociology*, 78, 537-61.
- Bonano, G. A. y Kaltman, S. (1999). Toward an integrative perspective on bereavement. *Psychological Bulletin*, 125, 760-776.
- Bond, C. F., Jr. y Atoum, A. O. (2000). International deception. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 385-395.
- Bond, C. F., Jr. y DePaulo, B. M. (2006). Accuracy of deception judgments. *Review of Personality and Social Psychology*, 10, 214-234.
- Bond, M. H. (2005). A cultural-psychological model for explaining differences in social behavior: Positioning the belief construct. En R. M. Sorrentino, D. Cohen, J. M. Olson y M. P. Zanna (Eds.), *Cultural and social behavior. The Ontario Symposium* (Vol. 10, pp. 31-48). Londres: L. Erlbaum.
- Bond, M. H. y Smith, P. B. (1996). Cross-cultural social and organizational psychology. *Annual Review of Psychology*, 47, 205-235.
- Bonnes, M. y Secchiaroli, G. (1995). *Environmental psychology. A psycho-social introduction*. Londres: Sage (Edición original en italiano en Roma: La Nuova Italia Scientifica, 1992).
- Bontempo, R., Lobel, S. y Triandis, H. (1990). Compliance and value internalization in Brazil and the US. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 21, 200-213.
- Borges, J. L. (1944/1980). *Prosa completa* (Vol. 1). Barcelona: Bruguera.
- Bornstein, R. F. (1989). Exposure and affect: Overview and meta-analysis of research, 1968-1987. *Psychological Bulletin*, 106, 265-289.
- Bornstein, R. F. y D'Agostino, P. R. (1992). Stimulus recognition and the mere exposure effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 545-552.

- Borys, S. y Perlman, D. (1985). Gender differences in loneliness. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 11, 63-74.
- Bossard, J. H. S. (1932). Residential propinquity in mate selection. *American Journal of Sociology*, 38, 219-224.
- Bowlby, J. (1969). *Attachment and loss. Vol. 1. Attachment*. Nueva York: Basic Books.
- Bowlby, J. (1973). *Attachment and loss. Vol. 2. Separation*. Nueva York: Basic Books.
- Bowlby, J. (1980). *Attachment and loss. Vol. 3. Loss, sadness and depression*. Nueva York: Basic Books.
- Bowlby, J. (1982). *Attachment and loss. Vol. 1. Attachment* (2ª ed.). Nueva York: Basic Books.
- Bowlby, J. (1988). *A secure base: Parent-child attachment and healthy human development*. Nueva York: Basic Books (Versión en castellano: *Una base segura*. Buenos Aires: Paidós).
- Bradburn, N. M. (1969). *The structure of psychological well-being*. Chicago: Aldine.
- Bradbury, T. N. y Fincham, F. D. (1992). Attributions and behaviour in marital interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 613-628.
- Brand, K. W. (1990). Aspectos cíclicos de los nuevos movimientos sociales: fase de crítica cultural y ciclos de movilización del nuevo radicalismo de las clases medias. En R. J. Dalton y M. Kuechler (Eds.), *Los nuevos movimientos sociales*. Valencia: Alfons el Magnànim.
- Branscombe, N. R., Schmitt, M. T y Harvey, R. D. (1999). Perceiving pervasive discrimination among African Americans: Implications for group identification and well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 135-149.
- Breckler, S. J. (1984). Empirical validation of affect, behavior, and cognition as distinct components of attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, 1191-1205.
- Brehm, J. W. (1966). *A theory of psychological reactance*. Nueva York: Academic Press.
- Brennan, K. A. y Shaver, P. R. (1995). Dimensions of adult attachment, affect regulation, and romantic relationship functioning. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 267-283.
- Brewer, M. B. (1991). The social self: On being the same and different at the same time. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17, 475-482.
- Brewer, M. B. (1997). On the social origins of human nature. En C. McGarty y S. A. Haslam (Eds.), *The message of social psychology. Perspectives on mind and society* (pp. 54-62). Cambridge: Blackwell.
- Brewer, M. B. (1999). The psychology of prejudice: Ingroup love or outgroup hate? *Journal of Social Issues*, 55, 3, 429-444.
- Brewer, M. B. y Brown, R. J. (1998). Intergroup relations. En D. T. Gilbert, S. T. Fiske y G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology* (4ª ed., Vol. 2, pp. 554-594). Nueva York: McGraw-Hill.
- Brewer, M. B. y Hewstone, M. (2004). *Applied social psychology*. Oxford: Blackwell.
- Brickman, P., Redfield, J., Harrison, A. A., y Crandall, R. (1972). Drive and predisposition as factors in the attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Experimental Social Psychology*, 8, 31-44.
- Brigham, J. C. (1971). Ethnic stereotypes. *Psychological Bulletin*, 76, 15-38.
- Bringle, R. G. y Boebinger, K. L. G. (1990). Jealousy and the 'third' person in the love triangle. *Journal of Social and Personal Relationships*, 7, 199-133.
- Bríñol, P., Becerra, A., Díaz, D., Horcajo, J., Valle, C. y Gallardo, I. (2005). El efecto de la necesidad de cognición sobre la influencia interpersonal. *Psicothema*, 17, 666-671.
- Bríñol, P., Becerra, A., Gallardo, I., Horcajo, J. y Valle, C. (2004). Validación del pensamiento y persuasión. *Psicothema*, 16, 606-610.
- Bríñol, P. y Blanco, A. (2006). *Resistencia al mensaje de la psicología social: Un análisis desde el cambio de actitudes*. Manuscrito en revisión.
- Bríñol, P., de la Corte, L. y Becerra, A. (2001). *Qué es persuasión*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Bríñol, P., Gallardo, I., Horcajo, J., De la Corte, L., Valle, C. y Díaz, D. (2004). Afirmación, confianza y persuasión. *Psicothema*, 16, 27-31.

- Briñol, P., Horcajo, J., Becerra, A., Falces, C. y Sierra, B. (2002). Cambio de actitudes implícitas. *Psicothema*, 14, 771-775.
- Briñol, P., Horcajo, J., Becerra, A., Falces, C. y Sierra, B. (2003). Equilibrio cognitivo implícito. *Psicothema*, 15, 375-380.
- Briñol, P., Horcajo, J., de la Corte, L., Valle, C., Gallardo, I., y Díaz, D. (2004). El efecto de la ambivalencia evaluativa sobre el cambio de actitudes. *Psicothema*, 16, 373-377.
- Briñol, P. y Petty, R. E. (2003). Overt head movements and persuasion: A self-validation analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 1123-1139.
- Briñol, P. y Petty, R. E. (2004). Self-Validation processes: The role of thought confidence in persuasion. En G. Haddock y G. Maio (Eds.), *Contemporary perspectives on the psychology of attitudes* (pp. 205-226). Filadelfia: Psychology Press.
- Briñol, P. y Petty, R. E. (2005). Individual differences in persuasion. En D. Albarracín, B. T. Johnson, y M. P. Zanna (Eds.), *The handbook of attitudes and attitude change* (pp. 575-615). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Briñol, P. y Petty, R. E. (2006). Fundamental processes leading to attitude change: Implications for cancer prevention communications. *Journal of Communication*, 56, 81-104.
- Briñol, P., Petty, R. E. y Barden, J. (2006). The effects of mood on persuasion: A Self-validation analysis. *Manuscrito en revisión*.
- Briñol, P., Petty, R. E., Valle, C., Rucker, D. D. y Becerra, A. (2006). *The effects of power's recipient on persuasion: A self-validation analysis*. Manuscrito en revisión.
- Briñol, P., Petty, R. E. y Rucker, D. D. (2005). *Attitudes toward persuasion*. Manuscrito en revisión.
- Briñol, P., Petty, R. E. y Rucker, D. D. (2006). The role of meta-cognitive processes in emotional intelligence. *Psicothema*, 18, 26-33.
- Briñol, P., Petty, R. E. y Tormala, Z. L. (2004). The self-validation of cognitive responses to advertisements. *Journal of Consumer Research*, 30, 559-573.
- Briñol, P., Petty, R. E. y Tormala, Z. L. (2006). The meaning of ease and its malleability. *Psychological Science*, 17, 200-206.
- Briñol, P., Petty, R. E. y Wheeler, S. C. (2006). Discrepancies between explicit and implicit self-concepts: Consequences for information processing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91, 154-170.
- Briñol, P., Rucker, D. y Petty, R. E. (2006). *Attitudes toward persuasion*. Manuscrito en revisión.
- Briñol, P., Rucker, D., Tormala, Z. L. y Petty, R. E. (2004). Individual differences in resistance to persuasion: The role of beliefs and meta-beliefs. En E. S. Knowles y J. A. Linn (Eds.), *Resistance and persuasion* (pp. 83-104). Mahwah: L. Erlbaum.
- Briñol, P., Sierra, B., Becerra, A., Falces, C., y Froufe, M. (2000). La eficacia relativa de la mera exposición y el condicionamiento clásico en la formación de preferencias. *Psicothema*, 12, 586-593.
- Brock, T. (1967). Communication discrepancy and intent to persuade as determinants of counterargument production. *Journal of Experimental Social Psychology*, 3, 269-309.
- Brockner, J., Guzzi, B., Kane, J., Levine, E. y Shaplen, K. (1984). Organizational fundraising: Further evidence on the effects of legitimizing small donations. *Journal of Consumer Research*, 11, 611-614.
- Brooks-Gunn, J. y Lewis, M. (1981). Infant social perception: Responses to pictures of parents and strangers. *Developmental Psychology*, 17, 647-649.
- Broverman, I. K., Vogel, S. R., Broverman, D. M., Clarkson, F. E. y Rosenkrantz, P. S. (1972). Sex-role stereotypes: A current appraisal. *Journal of Social Issues*, 28, 59-78.
- Brown, B. B. (1987). Territoriality. En D. Stokols e I. Altman (Eds.), *Handbook of environmental psychology* (Vol. 1, pp. 505-535). Nueva York: Wiley.
- Brown, B. B. y Werner, C. M. (1985). Social cohesiveness, territoriality, and holiday decorations: The influence of cul-de-sacs. *Environment and Behavior*, 17, 539-565.

- Brown, L. D. y Tandon, R. (1983). Ideology and political economy in inquiry: Action research and participatory research. *Journal of Applied Behavioral Science*, 19, 277-294.
- Brown, P. M. y Turner, J. C. (2002). The role of theories in the formation of stereotype content. En C. McGarty, V. Yzerbyt y R. Spears (Eds.), *Stereotypes as explanations. The formation of meaningful beliefs about social groups* (pp. 67-89). Cambridge: Cambridge University Press.
- Brown, R. (1972). La personalidad autoritaria y la organización de las actitudes. En R. Brown, *Psicología social* (pp. 489-561). Madrid: Siglo XXI.
- Brown, R. (1998). *Prejuicio: su psicología social*. Madrid: Alianza.
- Brown, R. (2000). Social identity theory: Past achievements, current problems and future challenges. *European Journal of Social Psychology*, 30, 745-778.
- Brown, R., Maras, P., Masser, B., Vivian, J. y Hewstone, M. (2001). Life on the ocean wave: Testing some intergroup hypotheses in a naturalistic setting. *Group Processes and Intergroup Relations*, 4, 81-97.
- Bruner, J. S. (1957). On perceptual readiness. *Psychological Review*, 64, 123-152.
- Bruner, J. S. (1958). Social psychology and perception. En E. E. Maccoby, T. M. Newcomb y E. L. Hartley (Eds.), *Readings in social psychology* (pp. 85-94). Nueva York: Holt, Rinehart & Winston.
- Bruner, J. S. y Goodman, C. C. (1947). Value and need as organizing factors in perception. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 43, 33-44.
- Brunswick, E. (1956). *Perception and the representative design of psychological experiments*. Berkeley: University of California Press.
- Brunvand, J. (1981). *The vanishing hitchhiker: American urban legends and their meaning*. Nueva York: W. W. Norton.
- Brunvand, J. (1993). *The baby train and other lusty urban legends*. Nueva York: W. W. Norton.
- Buck, R. (2002). The genetics and biology of true love: Prosocial biological affects and the left hemisphere. *Psychological Review*, 109, 739-744.
- Bull, R. y Carson, D. (Eds) (1995). *Handbook of psychology in legal contexts*. Chichester: Wiley.
- Buller, D. J. (2005). *Adapting minds: Evolutionary psychology and the persistent quest for human nature*. Cambridge: MIT Press.
- Burger, J. M. (1981). Motivational biases in the attribution of responsibility for an accident: A meta-analysis of the defensive-attribution hypothesis. *Psychological Bulletin*, 90, 496-512.
- Burger, J. M. (1986). Increasing compliance by improving the deal: The that's-not-all technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 277-283.
- Burger, J. M. (1999). The foot-in-the-door compliance procedure: A multiple-process analysis and review. *Personality and Social Psychology Review*, 3, 303-325.
- Burger, J. M. y Caldwell, D. F. (2003). The effects of monetary incentives and labelling on the foot-in-the-door effect: Evidence for a self-perception process. *Basic and Applied Social Psychology*, 25, 235-241.
- Burger, J. M. y Cornelius, T. (2003). Raising the price of agreement: Public commitment and the low-ball compliance procedure. *Journal of Applied Social Psychology*, 33, 923-934.
- Burger, J. M. y Guadagno, R. E. (2003). Self-concept clarity and the foot-in-the-door procedure. *Basic and Applied Social Psychology*, 25, 79-86.
- Burger, J. M., Horita, M., Kinoshita, L., Roberts, K. y Vera, C. (1997). The effect of time on the norm of reciprocity. *Basic and Applied Social Psychology*, 19, 91-100.
- Burger, J. M., Messian, N., Patel, S., del Prado, A. y Anderson, C. (2003). What a coincidence! The effects of incidental similarity on compliance. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 35-43.
- Burger, J. M. y Palmer, M. L. (1992). Changes in and generalization of unrealistic optimism following experiences with stressful events: Reactions to the 1989 California earthquake. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18, 39-43.
- Burger, J. M., Soroka, S., Gonzago, K., Murphy, E. y Somervell, E. (2001). The effect of fleeting attraction on compliance to requests. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, 1578-1586.

- Burgess, D. y Borgida, E. (1999). Who women are, who women should be: Descriptive and prescriptive gender stereotyping in sex discrimination. *Psychology, Public Policy, and Law*, 5, 665-692.
- Burgess, R. L. y Huston, T. L. (1979). *Social exchange in developing relationships*. Nueva York: Academic Press.
- Burke, P. (2006). *Formas de historia cultural*. Madrid: Alianza.
- Burnkrant, R. y Howard, D. (1984). Effects of the use of introductory rhetorical question versus statements on information processing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, 1218-1230.
- Burnstein, E., Crandall, C. y Kitayama, S. (1994). Some neo-Darwinian decision rules for altruism: Weighing cues for inclusive fitness as a function of the biological importance of the decision. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 773-789.
- Burris, C. T., Harmon-Jones, E. y Tarpley, W. R. (1997). "By faith alone". Religious agitation and cognitive dissonance. *Basic and Applied Social Psychology*, 19, 17-31.
- Buruma, I. (2002). *The wages of guilt: Memories of war in Germany and Japan*. Londres: Phoenix Paperback.
- Buss, D. M. (1988). Love acts: The evolutionary biology of love. En R. J. Sternberg y M. L. Barnes (Eds.), *The psychology of love* (pp. 100-118). New Haven: Yale University Press.
- Buss, D. M. (1989). Sex differences in human mate preferences: Evolutionary hypotheses tested in 37 cultures. *Behavioral and Brain Sciences*, 12, 1-14.
- Buss, D. M. (1994). The strategies of human mate selection. *American Scientist*, 82, 238-249.
- Buss, D. M. (1995). Psychological sex differences: Origins through sexual selection. *American Psychologist*, 50, 164-168.
- Buss, D. M. (1998). *Evolutionary psychology. The new science of the mind*. Boston: Allyn & Bacon.
- Buss, D. M. (2000). *The dangerous passion: Why jealousy is as necessary as love and sex*. Nueva York: Free Press.
- Buss, D. M. (2004). *Evolutionary psychology: The new science of the mind* (2ª ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Buss, D. M., Abbott, M., Angleitner, A., Biaggio, A., Blanco-Villaseñor, A., Bruchon-Schweitzer, M. [y 45 autores más] (1990). International preferences in selecting mates: A study of 37 societies. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 21, 5-47.
- Buss, D. M., Larsen, R., Westen, D. y Semmelroth, J. (1992). Sex differences in jealousy: Evolution, physiology and psychology. *Psychological Science*, 3, 251-255.
- Buss, D. M., Shackelford, T. K., Choe, J., Dijkstra, P. y Buunk, B. P. (2000). Distress about mating rivals. *Personal Relationships*, 7, 235-243.
- Bustillos, A. y Silván-Ferrero, M. P. (2005). Social dominance and authoritarianism, differential mediation with blatant and subtle prejudice. Poster presentado al 14th General Meeting of the European Association of Experimental Social Psychology. Würzburg, Alemania.
- Buunk, B. P. (1987). Conditions that promote breakups as a consequence of extradyadic involvements. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 5, 271-284.
- Buunk, B. P. (1996). Affiliation, attraction and close relationships. En M. Hewstone, W. Stroebe y G. M. Stephenson (Eds.), *Introduction to social psychology* (2ª ed., pp. 345-374). Oxford: Blackwell.
- Buunk, B. P. (1998). Social comparison and optimism about one's relational future: Order effects in social judgment. *European Journal of Social Psychology*, 28, 777-786.
- Buunk, B. P., Angleitner, A., Oubaid, V. y Buss, D. M. (1996). Sex differences in jealousy in evolutionary and cultural perspective: Tests from the Netherlands, Germany, and the United States. *Psychological Science*, 7, 359-363.
- Buunk, B. P., Collins, R. L., van Yperen, N. W., Taylor, S. E. y Dakoff, G. (1990). Upward and downward comparisons: Either direction has its ups and downs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1238-1249.
- Buunk, B. P. y Dijkstra, P. (2004). Gender differences in rival characteristics that evoke jealousy in response to emotional versus sexual infidelity. *Personal Relationships*, 11, 395-408.

- Buunk, B. P. y Hupka, R. B. (1987). Cross-cultural differences in the elicitation of sexual jealousy. *Journal of Sex Research*, 23, 12-22.
- Buunk, B. P. y van Yperen, N. W. (1991). Referential comparisons, relational comparisons, and exchange orientation: Their relation to marital satisfaction. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17, 709-717.
- Buunk, B. P., van Yperen, N. W., Taylor, S. E. y Collins, R. B. (1991). The drive upward in social comparison theory revisited. *European Journal of Social Psychology*, 21, 529-546.
- Bybee, J. (1998). The emergence of gender differences in guilt during adolescence. En J. Bybee (Ed.), *Guilt and children* (pp. 113-125). San Diego: Academic Press.
- Byrne, D. (1971). *The attraction paradigm*. Nueva York: Academic Press.
- Byrne, D., Gouaux, C., Griffit, W., Lamberth, J., Murakawa, M., Prasad, M. B. y Ramírez, M. III. (1971). The ubiquitous relationship: Attitude similarity and attraction. A cross-cultural study. *Human Relations*, 24, 201-207.
- Byrne, D. y Murne, S. K. (1988). Maintaining loving relationships. En R. J. Sternberg y M. L. Barnes (Eds.), *The psychology of love* (pp. 293-310). New Haven: Yale University Press.
- Byrne, R. W. y Whiten, A. (Eds.) (1988). *Machiavellian intelligence. Social expertise and the evolution of intellect in monkeys, apes, and humans*. Oxford: Clarendon Press.
- Cacioppo, J. T. y Berntson, G. G. (1992). Social psychology contributions to the decade of the brain. *American Psychologist*, 47, 1019-1028.
- Cacioppo, J. T. y Berntson, G. G. (1994). Relationship between attitudes and evaluative space: A critical review, with emphasis on the separability of positive and negative substrates. *Psychological Bulletin*, 115, 401-423.
- Cacioppo, J. T., Gardner, W. L., y Berntson, G. G. (1997). Beyond bipolar conceptualizations and measures: The case of attitudes and evaluative space. *Personality and Social Psychology Review*, 1, 3-25.
- Cacioppo, J. T., Marshall-Goodell, B. S., Tassinary, L. G. y Petty, R. E. (1992). Rudimentary determinants of attitudes: Classical conditioning is more effective when prior knowledge about the attitude stimulus is low than high. *Journal of Experimental Social Psychology*, 28, 207-233.
- Cacioppo, J. T. y Petty, R. E. (1982). The need for cognition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, 116-131.
- Cacioppo, J. T. y Petty, R. E. (1989). Effects of message repetition on argument processing, recall, and persuasion. *Basic and Applied Social Psychology*, 10, 3-12.
- Cacioppo, J. T., Petty, R. E., Feinstein, J. y Jarvis, W. B. G. (1996). Dispositional differences in cognitive motivation: The life and times of individuals varying in need for cognition. *Psychological Bulletin*, 119, 197-253.
- Cacioppo, J. T., Petty, R. E. y Kao, C. F. (1984). The efficient assessment of "need for cognition." *Journal of Personality Assessment*, 48, 306-307.
- Cacioppo, J. T., Petty, R. E. y Sidera, J. A. (1982). The effects of a salient self-schema on the evaluation of proattitudinal editorials: Top-down versus bottom-up processing. *Journal of Experimental Social Psychology*, 18, 324-338.
- Calhoun, L. G. y Cann, A. (1994). Differences in assumptions about a just world: Ethnicity and point of view. *Journal of Social Psychology*, 134, 765-770.
- Calhoun, L. G. y Tedeschi, R. G. (1998). Beyond recovery from trauma: Implications for clinical practice and research. *Journal of Social Issues*, 54, 357-371.
- Calle, A. (2005). *Nuevos movimientos globales. Hacia la radicalidad democrática*. Madrid: Popular.
- Campbell, D. T. (1967). Stereotypes and the perception of group differences. *American Psychologist*, 22, 817-829.
- Cancian, F. M. (1993). Conflicts between activist research and academic success: Participatory research and alternative strategies. *The American Sociologist*, 24, 92-106.
- Candau, J. (2005). *Anthropologie de la mémoire*. París: Armand Colin.

- Cannon, W. B. (1927). The James-Lange theory of emotion: A critical examination and an alternative theory. *American Journal of Psychology*, 39, 106-124.
- Canter, D. (Ed.) (1988). *Environmental social psychology*. NATO ASI Series: Behavioural and Social Sciences, Vol. 45. Dordrech: Kluwer Academic.
- Cantor, N. y Mischel, W. (1979). Prototypes in person perception. En L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 12, pp. 3-52). Nueva York: Academic Press.
- Cantril, H. (1941). *The psychology of social movements*. Nueva York: Wiley (Versión en castellano: *Psicología de los movimientos sociales*. Madrid: Euroamérica, 1969).
- Cantril, H., Gaudet, H. y Herzog, H. (1940/1994). *The invasion from Mars. A study in the psychology of panic*. Princeton: Princeton University Press.
- Cantril, H. y Hunt, W. A. (1932). Emotional effects produced by the injection of adrenalin. *The American Journal of Psychology*, 44, 300-307.
- Caporael, L. R. y Brewer, M. B. (1991). Reviving evolutionary psychology: Biology meets society. *Journal of Social Issues*, 47, 187-195.
- Caporael, L. R. y Brewer, M. B. (2000). Metatheories, evolution, and psychology: Once more with feeling. *Psychological Inquiry*, 11, 23-26.
- Caporael, L. R., Dawes, R. M., Orbel, J. M. y van den Kragt, A. J. C. (1989). Selfishness examined: Cooperation in the absence of egoistic incentives. *Behavioral and Brain Sciences*, 12, 683-739.
- Capozza, D., Bonaldo, E. y DiMaggio, A. (1982). Problems of identity and social conflict: Research on ethnic groups in Italy. En H. Tajfel (Ed.), *Social identity and intergroup relations* (pp. 299-334). Cambridge: Cambridge University Press.
- Capozza, D. y Brown, R. (Eds.) (2000). *Social identity processes: Trends in theory and research*. Londres: Sage.
- Capozza, D., Voci, A. y Licciardello, O. (2000). Individualism, collectivism, and social identity theory. En D. Capozza y R. Brown (Eds.), *Social identity processes: Trends in theory and research* (pp. 62-80). Londres: Sage.
- Caputo, A. A., Brodsky, S. L. y Kemp, S. (2000). Understandings and experiences of cruelty: An exploratory report. *Journal of Social Psychology*, 140, 5, 649-660.
- Carlson, J. G. y Hatfield, E. (1992). *Psychology of emotion*. Orlando: Holt, Rinehart & Winston.
- Carlson, M., Charlin, V. y Miller, N. (1988). Positive mood and helping behavior: A test of six hypotheses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 211-229.
- Carroll, J. M. y Russell, J. A. (1996). Do facial expressions signal specific emotions? Judging emotions from the face in context. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 205-218.
- Carver, C. S. y Scheier, M. F. (2005). Optimism. En C. R. Snyder y S. J. López (Eds.), *Handbook of positive psychology* (pp. 231-242). Oxford: Oxford University Press.
- Casado, C. (2003). *La concepción de la emoción desde una perspectiva intercultural. El concepto de emocionado en varios idiomas y culturas*. Tesis Doctoral no publicada. Madrid: UAM.
- Casas, F. (1996). *Bienestar Social. Una introducción psicosociológica*. Barcelona: PPU.
- Cash, T. F. y Duncan, N. C. (1984). Physical attractiveness stereotyping among black American college students. *Journal of Social Psychology*, 122, 71-77.
- Caspi, A. (2000). The child is father of the man: Personality continuities from childhood to adulthood. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 158-172.
- Caspi, A., Harrington, H., Milne, B., Amell, J. W., Theodore, R. F. y Moffitt, T. E. (2003). Children's behavioral styles at age 3 are linked to their adult personality traits at age 26. *Journal of Personality*, 71, 495-513.
- Castellani, P. (1996): Political Psychology. En G. R. Semin y K. Fiedler (Eds). *Applied social psychology*. Londres: Sage.
- Castells, M. (1997). *La era de la información. Vol. 2. El poder de la identidad*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2003). *La era de la información. Vol. 2. El poder de la identidad* (2ª ed.). Madrid: Alianza.

- Catlin, G. y Epstein, S. (1992). Unforgettable experiences: The relation of life-events to basic beliefs about self and world. *Social Cognition*, 10, 189-209.
- Chaffe, S. y Hochheimer, J. (1985). The beginnings of political communication research in the United States. Origins of the "limited effects" model. En M. Gurevitch y M. Levy (Comps.), *Mass communication review yearbook* (vol. 5, pp. 75-104). Beverly Hills: Sage.
- Chaiken, S. (1980). Heuristic versus systematic processing and the use of source versus message cues in persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 752-766.
- Chaiken, S. y Baldwin, M. W. (1981). Affective-cognitive consistency and the effect of salient behavioral information on the self-perception of attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41, 1-12.
- Chaiken, S. e Eagly, A. H. (1976). Communication modality as a determinant of message persuasiveness and message comprehensibility. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 605-614.
- Chaiken, S., Liberman, A. e Eagly, A. H. (1989). Heuristic and systematic processing within and beyond the persuasion context. En J. S. Uleman y J. A. Bargh (Eds.), *Unintended thought* (pp. 212-252). Nueva York: Guilford Press.
- Chaiken, S. y Maheswaran, D. (1994). Heuristic processing can bias systematic processing: Effects of source credibility, argument ambiguity, and task importance on attitude judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 460-473.
- Chaiken, S. y Trope, Y. (1999). *Dual-process theories in social psychology*. Nueva York: Guilford Press.
- Chapman, L. J. (1967). Illusory correlation in observation report. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 6, 151-155.
- Chartrand, T. L., Pinkert, S. y Burger, J. M. (1999). When manipulation backfires: The effect of time delay and requester on the foot-in-the-door technique. *Journal of Applied Social Psychology*, 29, 211-221.
- Cherry, F. (1995). *The "stubborn particulars" of social psychology. Essays on the research process*. Londres: Routledge.
- Chesnais, J. C. (1981). *Histoire de la violence*. París: Laffont.
- Cho, H. y Witte, K. (2004). A review of fear-appeal effects. En J. S. Seiter y R. H. Gass (Eds.), *Perspectives on persuasion, social influence, and compliance gaining* (pp. 223-238). Boston: Allyn & Bacon.
- Choliz, M. (1995). Expresión de las emociones. En E. García Fernández-Abascal (Coord.), *Manual de motivación y emoción*. Madrid: Ramón Areces.
- Christensen, H. T. (1973). Attitudes toward infidelity: A nine-culture sampling of university student opinion. *Journal of Comparative Family Studies*, 4, 197-214.
- Christie, R. y Geis, F. L. (1970). *Studies in machiavellianism*. Nueva York: Academic Press.
- Christy, P., Gelfand, D. M. y Hartmann, D. P. (1971). Effects of competition-induced frustration on two classes of modeled behavior. *Developmental Psychology*, 5, 104-111.
- Church, A. H. (1993). Estimating the effect of incentives on mail survey response rates. *Public Opinion Quarterly*, 57, 62-79.
- Church, T. (2000). Culture and personality. *Journal of Personality*, 68, 651-703.
- Cialdini, R. B. (1980). Full cycle social psychology. En L. Bikman (Ed). *Applied Social Psychology Annual* (Vol. 1, pp. 21-47). Beverly Hills: Sage.
- Cialdini, R. B. (1999). Of tricks and tumors: Some little-recognized costs of dishonest use of effective social influence. *Psychology and Marketing*, 16, 91-98.
- Cialdini, R. B. (2001). *Influence. Science and practice* (4ª ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Cialdini, R. B. (2003). Crafting normative messages to protect the environment. *Current Directions in Psychological Science*, 12, 105-109.
- Cialdini, R. B., Borden, R. J., Thorne, A., Walker, M. R., Freeman, S. y Sloan, L. R. (1976). Basking in reflected glory: Three (football) field studies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 366-375.

- Cialdini, R. B., Brown, S. L., Lewis, B. P., Luce, C. y Neuberg, S. L. (1997). Reinterpreting the empathy-altruism relationship: When one into one equals oneness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 481-494.
- Cialdini, R. B., Cacioppo, J. T., Basset, R. y Miller, J. A. (1978). Low-ball procedure for producing compliance. Commitment then cost. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, 463-476.
- Cialdini, R. B., Demaine, L. J., Sagarin, B. J., Barrett, D. W., Rhoad, K. y Winter, P. L. (2006). Managing social norms for persuasive impact. *Social Influence*, 1, 3-15.
- Cialdini, R. B., Green, B. L. y Rusch, A. J. (1992). When tactical pronouncements of change become real change: The case of reciprocal persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 30-40.
- Cialdini, R. B., Kenrick, D. T. y Baumann, D. J. (1982). Effects of mood on prosocial behavior in children and adults. En N. Eisenberg (Ed.), *The development of prosocial behavior* (pp. 339-359). Nueva York: Academic Press.
- Cialdini, R. B., Reno, R. R. y Kallgren, C. A. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 1015-1026.
- Cialdini, R. B. y Sagarin, B. J. (2005). Principles of interpersonal influence. En T. C. Brock y M. C. Green (Eds.), *Persuasion. Psychological insights and perspectives* (pp. 143-169). Thousand Oaks: Sage.
- Cialdini, R. B. y Schroeder, D. A. (1976). Increasing compliance by legitimising paltry contributions: When even a penny helps. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 599-604.
- Cialdini, R. B. y Trost, M. R. (1998). Social influence: Social norms, conformity and compliance. En D. T. Gilbert, S. T. Fiske y G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology* (4ª ed., Vol. 2, pp. 151-190). Nueva York: McGraw-Hill.
- Cialdini, R. B., Trost, M. R. y Newsom, T. J. (1995). Preference for consistency: The development of a valid measure and the discovery of surprising behavioural implications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 318-328.
- Cialdini, R. B., Vincent, J. E., Lewis, S. K., Catalan, J., Wheeler, D. y Darby, B. L. (1975). Reciprocal concessions procedure for inducing compliance: The door-in-the-face technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 206-215.
- Cialdini, R. B., Wosinska, W., Barrett, D. W., Butner, J. y Gornik-Durose, M. (1999). Compliance with a request in two cultures: The differential influence of social proof and commitment/consistency on collectivists and individualists. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, 1242-1253.
- Cialdini, R. B., Wosinska, W., Barrett, D. W., Butner, J. y Gornik-Durose, M. (2001). The differential impact of two social influence principles on individualists and collectivists in Poland and the United States. En W. Worsinska, R. B. Cialdini, D. W. Barrett y J. Reykowski (Eds.), *The practice of social influence in multiple cultures* (pp. 35-50). Mahwah: L. Erlbaum.
- CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas) (1995). *Estudio 2157. Actitudes y conductas afectivas de los españoles*. Madrid: CIS.
- CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas) (2005). Barómetro mes de Mayo. <http://www.cis.es/home1024.aspx>.
- Clark, K. B. y Clark, M. P. (1947). Racial identification and preferences in Negro children. En T. M. Newcomb y E. L. Hartley (Eds.), *Readings in social psychology* (pp. 169-178). Nueva York: Holt.
- Clark, M. S. y Grote, N. K. (1998). Why aren't indices of relationship costs always negatively related to indices of relationship quality? *Personality and Social Psychology Review*, 1, 2-1.
- Clark, M. S. y Mills, J. (1979). Interpersonal attraction in exchange and communal relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 12-24.
- Clemente, M. (1992). *Psicología social aplicada*. Madrid: Pirámide.
- Cleveland, J. N., Stockdale, M. y Murphy, K. R. (2000). *Women and men in organizations: Sex and gender issues at work*. Hillsdale: L. Erlbaum.

- Clitheroe, H. C., Stokols, D. y Zmuidzinas, M. (1998). Conceptualizing the context of environment and behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 18, 103-112.
- Cohen A. R. (1962). An experiment on small rewards for discrepant compliance and attitude change. En J. W. Brehm y A. R. Cohen (Eds.), *Explorations in cognitive dissonance* (pp. 73-78). Nueva York: Wiley.
- Cohen, B. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton: Princeton University Press.
- Cohen, D. (1996). Law, social policy and violence: The impact of the regional cultures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 5, 961-978.
- Cohen, D. (1998). Culture, social organization and social psychology. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 408-419.
- Cohen, D. y Nisbett, R. E. (1997). Field experiments examining the culture of honor: The role of institutions in perpetuating norms about violence. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23, 11, 1188-1199.
- Cohen, D., Nisbett, R. E., Bowdle, B. F. y Schwarz, N. (1996). Insult, aggression, and the southern culture of honor: An experimental ethnography. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 5, 945-960.
- Cohen, D., Vandellos, J., Puente, S. y Rantilla, A. (1999). When you call me that, smile! How norms of politeness, interaction styles, and aggression work together in southern culture. *Social Psychology Quarterly*, 62, 3, 257-275.
- Cohen, D., Vandellos, J. y Rantilla, A. (1998). The sacred and the social: Cultures of honor and violence. En P. Gilbert y B. Andrews (Eds.), *Shame: Interpersonal behavior, psychopathology and culture* (pp. 261-282). Nueva York: Oxford University Press.
- Cohen, S. (1988). Psychosocial models of the role of social support in the etiology of physical diseases. *Health Psychology*, 7, 269-297.
- Cohen, S., Glass, D. C. y Singer, J. E. (1973). Apartment noise, auditory discrimination and reading ability in children. *Journal of Experimental Social Psychology*, 9, 407-422.
- Cohn, E. G. y Rotton, J. (1997). Assault as a function of time and temperature: A moderator variable time-series analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 6, 1322-1334.
- Cohrs, J. C., Moschner, B., Maes, J. y Kielmann, S. (2005). Personal values and attitudes toward war. *Journal of Peace Psychology*, 11 (3), 293-312.
- Cohrs, J. C., Moschner, B., Maes, J. y Kielmann, S. (2005). The motivational bases of right-wing authoritarianism and social dominance orientation: Relations to values and attitudes in the aftermath of September 11, 2001. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31, 10, 1424-1434.
- Coie, J. K. y Dodge, K. A. (1998). Aggression and antisocial behavior. En W. Damon y N. Eisenberg (Eds.), *Handbook of child psychology*, 5ª ed. Vol. 3: *Social, emotional, and personality development* (pp. 779-862). Nueva York: Wiley.
- Colby, A. y Damon, W. (1992). *Some do care*. Nueva York: Free Press.
- Coleman, J. S. (1986). Social theory, social research and a theory of action. *American Journal of Sociology*, 91, 1309-1335.
- Collins, A. y Loftus, E. (1975). A spreading-activation theory of semantic memory. *Psychological Review*, 82, 407-428.
- Collins, N. L. y Miller, L. C. (1994). Self-disclosure and liking: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 116, 457-475.
- Collins, N. L. y Read, S. J. (1990). Adult attachment, working models, and relationship quality in dating couples. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 644-663.
- Condon, J. W. y Crano, W. D. (1988). Inferred evaluation and the relation between attitude similarity and interpersonal attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 789-797.
- Connerton, P. (1989). *How societies remember*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Conrad, S. (2003). Entangled memories: Versions of the past in Germany and Japan, 1945-2001. *Journal of Contemporary History*, 38, 85-99.

- Contreras, R., Hendrick, S. S. y Hendrick, C. (1996). Perspectives on marital love and satisfaction in Mexican American and Anglo-American couples. *Journal of Counselling and Development*, 74, 408-415.
- Converse, P. E. (1970). Attitudes and non-attitudes: Continuation of a dialogue. En E. R. Tufté (Ed.), *The quantitative analysis of social problems* (pp. 168-189). Reading: Addison-Wesley.
- Conway, M. A. (1990). *Autobiographical memory: An introduction*. Philadelphia: Open University Press.
- Conway, M. A. (1998). El inventario de la experiencia: memoria e identidad. En D. Páez, J. Valencia, J. Pennabaker, B. Rimé y D. Jodelet (Eds.), *Memoria colectiva de procesos políticos y culturales* (pp. 49-82). Bilbao: Servicios Editoriales de la UPV.
- Cooper, J. y Fazio, R. H. (1984). A new look at dissonance theory. En L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 17, pp. 229-266). Nueva York: Academic Press.
- Cooper, J. y Mackie, D. (1983). Cognitive dissonance in an intergroup context. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 536-544.
- Cooper, J., Mirabile, R. y Scher, S. J. (2005). Actions and attitudes: The theory of cognitive dissonance. In T. C. Brock y M. C. Green, (Eds.), *Persuasion: Psychological insights and perspectives* (pp. 63-79). Thousand Oaks: Sage.
- Cooper, J. y Stone, J. (2000). Cognitive dissonance and the social group. En D. J. Terry y M. A. Hogg (Eds.), *Attitudes, behavior and social context. The role of norms and group membership* (pp. 227-244). Londres: L. Erlbaum.
- Corneille, O., Monin, B., y Pleyers, G. (2005). Is positivity a cue or a response option? Warm glow vs evaluative matching in the familiarity for attractive and not-so-attractive faces. *Journal of Experimental Social Psychology*, 41, 431-437.
- Corsini, S. (2004). *Everyday emotional events and basic beliefs*. Tesis Doctoral. Lovaina la Nueva: University of Louvain.
- Coser, L. (1974). *Greedy institutions: Patterns of undivided commitment*. Nueva York: Free Press.
- Cosmides, L. y Tooby, J. (1992). Cognitive adaptations for social exchange. En J. H. Barkow, L. Cosmides y J. Tooby (Eds.), *The adapted mind. Evolutionary psychology and the generation of culture* (pp. 163-228). Nueva York: Oxford University Press.
- Cosmides, L., Tooby, J. y Barkow, J. H. (1992). Introduction: Evolutionary psychology and conceptual integration. En J. H. Barkow, L. Cosmides y J. Tooby (Eds.), *The adapted mind. Evolutionary psychology and the generation of culture* (pp. 3-15). Nueva York: Oxford University Press.
- Cottrell, C. A. y Neuberg, S. L. (2005). Different emotional reactions to different groups: A sociofunctional threat-based approach to "prejudice". *Journal of Personality and Social Psychology*, 88, 770-789.
- Cozarelli, C. y Karafa, J. A. (1998). Cultural estrangement and terror management theory. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24, 253-267.
- Cozarelli, C., Karafa, J. A., Collins, N. L. y Tagler, M. J. (2003). Stability and change in adult attachment style: Associations with personal vulnerabilities, life events, and global construals of self and others. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 22, 315-346.
- Crandall, C. S. (2000). Ideology and lay theories of stigma: The justification of stigmatisation. En T. F. Heatherton, R. E. Kleck, M. R. Helb y J. G. Hull (Eds.), *The social psychology of stigma* (pp. 126-152). Londres: Guilford Press.
- Crenshaw, M. (1986). The psychology of political terrorism. En M. Hermann (Ed.), *Political psychology*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Crocker, J., Major, B. y Steele, C. (1998). Social stigma. En D. T. Gilbert, S. T. Fiske y G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology* (4ª ed., Vol. 2, pp. 504-553). Boston: McGraw-Hill.
- Csikszentmihalyi, M. (1997). *Fluir. Una psicología de la felicidad*. Barcelona: Kairós.
- Cuddy, A. J. C. y Fiske, S. T. (2003). *Behavioral correlates of warmth and competence stereotypes*. Poster presentado en la cuarta reunión anual de la Society for Personality and Social Psychology, Los Angeles.

- Cunningham, J. M., Strassberg, D. S. y Hann, B. (1986). Effects of intimacy and sex-role congruency of self disclosure. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 4, 393-401.
- Cunningham, M. R. (1979). Weather, mood and helping behavior: Quasi-experiments with the sunshine Samaritan. *Journal of Personality and Social Psychology* 37, 1947-1956.
- Cunningham, M. R. (1986). Measuring the physical in physical attractiveness: Quasi-experiments on the sociobiology of female facial beauty. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 925-935.
- Cunningham, M. R., Barbee, A. P. y Pike, C. L. (1990). What do women want? Facialmetric assessment of multiple motives in the perception of male facial physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 61-72.
- Cunningham, M. R., Roberts, A. R., Barbee, A. P., Druen, P. B. y Wu, C. H. (1995). "Their ideas of beauty are, on the whole, the same as ours": Consistency and variability in the cross-cultural perception of female physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 271-279.
- Curtis, R. C. y Miller, K. (1986). Believing another likes or dislikes you: Behavior making the beliefs come true. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 284-290.
- Curtis, R. L. y Aguirre, B. E. (Eds.) (1993). *Collective behavior and social movements*. Londres: Allyn & Bacon.
- Dalbert, C. (1999). The world is more just for me than generally. *Social Justice Research*, 12, 79-98.
- Dalton, R. J., Kuechler, M. y Bürklin, W. (1992). El reto de los nuevos movimientos. En R. J. Dalton y M. Kuechler (Eds.), *Los nuevos movimientos sociales: un reto al orden político*. Valencia: Edicions Alfons el Magnànim (Original publicado en 1990).
- Daly, M. y Wilson, M. (1998). *The truth about Cinderella. A darwinian view of parental love*. Londres: Weidenfeld y Nicolson (Versión en castellano: *La verdad sobre Cenicienta. Una aproximación darwiniana al amor parental*. Barcelona: Critica).
- Damasio, A. R. (1986). *El error de Descartes*. Barcelona: Grijalbo Mondadori.
- Dambrun, M. y Guimond, S. (2004). Implicit and explicit measures of prejudice and stereotyping: Do they assess the same underlying knowledge structure? *European Journal of Social Psychology*, 34, 6, 663-676.
- Darley, J. M. y Batson, C. D. (1973). From Jerusalem to Jericho: A study of situational and dispositional variables in helping behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 27, 100-108.
- Darley, J. M. y Latané, B. (1968). Bystander intervention in emergencies: Diffusion of responsibility. *Journal of Personality and Social Psychology*, 8, 377-383.
- Darwin, C. (1859). *On the origin of species by means of natural selection*. Londres: Murray (Versión en castellano: *El origen de las especies*. Madrid: EDAF).
- Darwin, C. (1871). *The descent of man, and selection in relation to sex*. Londres: Murray (Versión en castellano: *El origen del hombre*. Madrid: EDAF).
- Darwin, C. (1872). *On the expression of emotion in men and animals*. Londres: Murray (Versión en castellano: *La expresión de las emociones en el hombre y en los animales*. Madrid: Alianza)
- Dasgupta, N. y Asgari, S. (2004). Seeing is believing: Exposure to counterstereotypic women leaders and its effect on the malleability of automatic gender stereotyping. *Journal of Experimental Social Psychology*, 40, 642-658.
- David, B. y Turner, J. C. (1996). Studies in self-categorization and minority conversion: Is being a member of the outgroup an advantage? *British Journal of Social Psychology*, 35, 179-199.
- Davidson, B. (1984). A test of equity theory for marital adjustment. *Social Psychology Quarterly*, 47, 36-42.
- Davies, J. (1969). The J-curve of rising and declining satisfactions as a cause of some great revolutions and a contained rebellion. En H. Graham y T. Gurr (Eds.), *The history of violence in America*. Nueva York: Praeger.
- Davis, C. G. y MacDonald, S. L. (2004). Threat appraisals, distress and the development of positive life changes after September 11th in a Canadian sample. *Cognitive Behaviour Therapy*, 33, 68-78.
- Davis, C. G. y McKearney, J. M. (2003). How do people grow from their experience with trauma or loss. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 22, 477-492.

- Davis, C. G., Nolen-Hoeksema, S. y Larson, J. (1998). Making sense of loss and benefiting from the experience: Two construals of meaning. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 561-574.
- Davis, M. H. (1980). A multidimensional approach to individual differences in empathy. *Catalog of Selected Documents in Psychology*, 10, 1-17.
- Davis, M. H. (1983). Measuring individual differences in empathy: Evidence for a multidimensional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 113-126.
- Davis, M. H. (1994). *Empathy: A social psychological approach*. Madison: Brown Benchmark.
- Davison, W. P. (1983). The third-person effect in communication. *Public Opinion Quarterly*, 47, 1-15.
- Dawkins, R. (1976, revisado en 1989). *The selfish gene*. Oxford: Oxford University Press (Versión en castellano: *El gen egoísta*. Barcelona: Labor).
- De Fleur, M. y Ball-Rokeach, S. (1989/1993). *Teoría de la comunicación de masas*. Buenos Aires: Paidós.
- De Houwer, J., Thomas, S. y Baeyens, F. (2001). Associative learning of likes and dislikes: A review of 25 years of research on human evaluative conditioning. *Psychological Bulletin*, 127, 853-869.
- De la Corte Ibáñez, L. (2006). *La lógica del terrorismo*. Madrid: Alianza.
- De la Corte, L., Blanco, A. y Sabucedo, J. M. (2004) (Eds.). *Psicología y derechos humanos*. Barcelona: Icaria Antrazit.
- De Paul, P. (1996). *El Tribunal del jurado desde la psicología social*. Madrid: Siglo XXI.
- De Sa, C. P. y de Oliveira, D. C. (2002). Sur la mémoire sociale de la découverte du Brésil. En S. Lourens y N. Roussiau (Eds.), *La mémoire sociale* (pp. 107-118). Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- De Waal, F. B. M. (1982). *Chimpanzee politics. Power and sex among apes*. Nueva York: Harper & Row (Versión en castellano: *La política de los chimpancés*. Madrid: Alianza).
- De Waal, F. B. M. (1996). *Good natured: The origins of right and wrong in humans and other animals*. Cambridge: Harvard University Press (Versión en castellano: *Bien natural. Los orígenes del bien y del mal en los humanos y otros animales*. Barcelona: Herder).
- De Waal, F. B. M. (Ed.) (2001a). *Tree of origin. What primate behaviour can tell us about human social evolution*. Cambridge: Harvard University Press.
- De Waal, F. B. M. (2001b). *The ape and the sushi master. Cultural reflections of a primatologist*. Nueva York: Basic Books (Versión en castellano: *El simio y el aprendiz de sushi. Reflexiones de un primatólogo sobre la cultura*. Barcelona: Paidós).
- De Waal, F. B. M. (2005). *Our inner ape*. Nueva York: Riverhead/Penguin.
- Dean, L. M., Pugh, W. M. y Gunderson, E. K. E. (1975). Spatial and perceptual components of crowding: Effects on health and satisfaction. *Environment and Behavior*, 7, 225-236.
- Deaux, K. (1985). Sex and gender. *Annual Review of Psychology*, 36, 49-81.
- Deaux, K. (1993). Commentary: Sorry, wrong number: A reply to Gentile's call. *Psychological Science*, 4, 125-126.
- Deaux, K. (2000). Models, meanings and motivations. En D. Capozza y R. Brown (Eds.), *Social identity processes: Trends in theory and research* (pp. 1-14). Londres: Sage.
- Deaux, K. y Hanna, R. (1984). Courtship in the personals column: The influence of gender and sexual orientation. *Sex Roles*, 11, 363-375.
- Deaux, K. y La France, M. (1998). Gender. En D. T. Gilbert, S. T. Fiske y G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology* (4ª ed., Vol. 1, pp. 788-827). Nueva York: McGraw-Hill.
- Deaux, K. y Lewis, L. L. (1984). The structure of gender stereotypes: Interrelationships among components and gender label. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 991-1004.
- Debord, G. (1990). *Comentarios sobre la sociedad del espectáculo*. Barcelona: Anagrama (Original publicado en 1988).
- Debord, G. (1999). *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-Textos (Original publicado en 1967).

- DeCoster, J., Banner, M. J., Smith, W. R., y Semin, G. R. (2006). On the inexplicability of the implicit: Differences in the information provided by implicit and explicit test. *Social Cognition*, 24, 5-21.
- Deighton, R. M. y Traue, H. C. (2005). Emotional inhibition and somatization across cultures. *International Review of Social Psychology*, 18, 109-140.
- Della Porta, D. (1998). Las motivaciones individuales en las organizaciones políticas clandestinas. En P. Ibarra y B. Tejerina (Eds.), *Los movimientos sociales. Transformaciones políticas y cambio cultural*. Madrid: Trotta.
- Della Porta, D. y Kriesi, H. (1999). Social movement in a globalizing world: An introduction. En D. Della Porta, H. Kriesi y D. Rucht (Eds.), *Social movements in a globalizing world*. Londres: MacMillan Press.
- DeMarree, K. G., Petty, R. E. y Briñol, P. (en prensa). Self-certainty: Parallels to attitude certainty. *International Journal of Psychology*.
- Denholm, C. J. y Chabassol, D. J. (1987). Adolescents' self-disclosure of potentially embarrassing events. *Psychological Reports*, 60, 45-46.
- Dennett, D. C. (1995). *Darwin's dangerous idea. Evolution and the meanings of life*. Londres: Penguin (Versión en castellano: *La peligrosa idea de Darwin. Evolución y significados de la vida*. Barcelona: Galaxia Gutenberg).
- DePaulo, B. M., Brown, P. e Ishii, S. (1981). Help that works: The effects of aid on subsequent task performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41, 478-487.
- DePaulo, B. M., Dull, W. R. y Greenberg, J. M. (1989). Are shy people reluctant to ask for help? *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 834-844.
- DePaulo, B. M. y Friedman, H. S. (1998). Nonverbal communication. En D. T. Gilbert, S. T. Fiske and G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology* (4ª ed., Vol. 2, pp. 3-40). Nueva York: McGraw-Hill.
- DePaulo, B. M., Zuckerman, M. y Rosenthal, R. (1980). Detecting deception: Modality effects. En L. Wheeler (Ed.), *The Review of Personality and Social Psychology* (Vol. 1, pp. 125-162). Beverly Hills: Sage.
- Derlega, V. J., Metts, S., Petronio, S. y Margulis, S. T. (1993). *Self-Disclosure*. Newbury Park: Sage.
- DeSantis, A. y Kayson, W. A. (1997). Defendant's characteristics of attractiveness, race and sex and sentencing decision. *Psychological Reports*, 81, 679-683.
- Deschamps, J. C., Páez, D. y Pennebaker, J. (2001). Mémoire collective des événements sociopolitiques et culturels: représentation sociale du passé à la fin du millenium. *Psychologie et Société*, 2, 26-35. [Collective Memory of socio-political and cultural events: Social representations of past at the end of the millennium.]
- Deschamps, J. C., Páez, D. y Pennebaker, J. (2002). Mémoire collective et histoire à la fin du second millénaire. En S. Laurens y N. Roussiau (Eds.), *La mémoire sociale* (pp. 245-258). Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- DeSteno, D. A., Bartlett, M. Y., Braverman, J. y Salovey, P. (2002). Sex differences in jealousy: Evolutionary mechanism or artifact of measurement? *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 1103-1116.
- Deutsch, D. (1975). Introduction. En M. Deutsch y H. Hornstein (Eds.), *Applying social psychology: Implications for research, practice and training* (pp. 2-87). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Deutsch, D. (1980). Socially relevant research. Comments on "applied" versus "basic" research. En R. F. Kidd y M. J. Saks (Eds.), *Advances in applied social psychology* (Vol. 1, pp. 97-112). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Deustch, M. y Collins M. E. (1951). *Interracial housing*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Deutsch, M. y Gerard, H. B. (1955). A study of normative and informational social influences upon individual judgment. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51, 629-636.
- Deutsch, M. y Hornstein, H. (Eds.) (1975). *Applying social psychology: Implications for research, practice and training*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- Devine, P. G. (1989). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 5-18.

- Devine, P. G. y Elliot, A. J. (1995). Are racial stereotypes really fading? The Princeton trilogy revisited. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 1139-1150.
- Devine, P. G. y Monteith, M. J. (1999). Automaticity and control in stereotyping. En S. Chaiken e Y. Trope (Eds.), *Dual process theories in social psychology* (pp. 339-360). Nueva York: Guilford Press.
- Diani, M. (1992). The concept of social movement. *Sociological Review*, 40, 1-25.
- Díaz, D., Rodríguez-Carvajal, R., Blanco, A., Moreno-Jiménez, B., Gallardo, I., Valle, C. y van Dierendonck, D. (2006). Adaptación española de las escalas de bienestar psicológico de Ryff. *Psicothema*, 18, 572-577.
- Díaz, R. M. y Berndt, T. J. (1982). Children's knowledge of a best friend: Fact or fancy? *Developmental Psychology*, 28, 787-794.
- Díaz-Loving, R. y Draguns, J. G. (1999). Culture, meaning and personality in Mexico and in the United States. En Y. T. Lee, C. R. McCauley y J. G. Draguns (Eds.), *Personality and person perception across cultures* (pp. 103-126). Mahwah: L. Erlbaum.
- Diener, E., Diener, M. y Diener, C. (1995). Factors predicting the subjective well-being of nations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 851-864.
- Diener, E. y Oishi, S. (2005). The nonobvious social psychology of happiness. *Psychological Inquiry*, 16, en prensa.
- Diener, E., Wolsic, B. y Fujita, E. (1995). Physical attractiveness and subjective well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 120-129.
- Dietz, T. L. (1998). An examination of violence and gender role portrayals in video games: Implications for gender socialization and aggressive behavior. *Sex Roles*, 38, 425-442.
- Dijksterhuis, A. (2004). I like myself but I don't know why: Enhancing implicit self-esteem by subliminal evaluative conditioning. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, 345-355.
- Dijksterhuis, A., Albers, L. W., y Bongers, K. C. A. (en prensa). Digging for the real attitude: Lessons from research on implicit and explicit self-esteem. En R. E. Petty, R. H. Fazio, y P. Briñol (Eds.), *Attitudes: Insights from the new implicit measures*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- Dijkstra, P. y Buunk, B. P. (1998). Jealousy as a function of rival characteristics: An evolutionary perspective. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24, 1158-1166.
- Dijkstra, P. y Buunk, B. P. (2002). Sex differences in the jealousy-evoking effect of rival characteristics. *European Journal of Social Psychology*, 32, 829-852.
- Dindia, K. y Allen, M. (1992). Sex differences in self-disclosure: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 112, 106-124.
- Dion, K. y Berscheid E. (1974). Physical attractiveness and peer perception. *Sociometry*, 7, 1-12.
- Dion, K., Berscheid, E. y Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 285-290.
- Ditto, P. H., y López, D. F. (1992). Motivated skepticism: Use of differential decision criteria for preferred and nonpreferred conclusions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 568-584.
- Dodge, M. y Greene, E. (1991). Jurors and expert conceptions of battered women. *Violence and Victims*, 6, 271-282.
- Doi, T. (1971). *The anatomy of dependence*. Tokio: Kodansha.
- Doi, T. (1989). The concept of amae and its psychoanalytic implications. *International Review of Psychoanalysis*, 16, 349-354.
- Doise, W. (1982). *L'explication en psychologie sociale*. París: Presses Universitaires de France.
- Dollard, J., Doob, L., Miller, N., Mowrer, O. H. y Sears, R. R. (1939). *Frustration and aggression*. New Haven: Yale University Press.
- Doob, A. N. y Gross, A. E. (1968). Status of frustrator as an inhibitor of horn-honking response. *Journal of Social Psychology*, 76, 213-218.

- Doosje, B., Ellemers, N. y Spears, R. (1995). Perceived intragroup variability as a function of status and identification. *Journal of Experimental Social Psychology*, 31, 410-436.
- Doosje, B., Haslam, S. A., Spears, R., Oakes, P. J. y Koomen, W. (1998). The effect of comparative context on central tendency and variability judgements and the evaluation of group characteristics. *European Journal of Social Psychology*, 28, 173-184.
- Doty, R. G., Winter, D. G., Peterson, B. E. y Kimmelmeier, M. (1997). Authoritarianism and American students' attitudes about Gulf War 1990-1996. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23, 1133-1143.
- Dovidio, J. F. (1984). Helping behaviour and altruism: An empirical and conceptual overview. En L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 17, pp. 361-427). Nueva York: Academic Press.
- Dovidio, J. F. (2001). On the nature of contemporary prejudice: The Third Wave. *Journal of Social Issues*, 57, 4, 829-849.
- Dovidio, J. F., Brigham, J. C., Johnson, B. T. y Gaertner, S. L. (1996). Stereotyping, prejudice, and discrimination: Another look. En C. N. Macrae, C. Stangor y M. Hewstone (Eds.), *Stereotypes and stereotyping* (pp. 276-319). Nueva York: Guilford Press.
- Dovidio, J. F., Evans, N. y Tyler, R. B. (1986). Racial stereotypes: The contents of their cognitive representations. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 22-37.
- Dovidio, J. F. y Gaertner, S. L. (2000). Aversive racism and selection decisions: 1989 and 1999. *Psychological Science*, 11, 4, 315-319.
- Dovidio, J. F., Kawakami, K. y Gaertner, S. L. (2002). Implicit and explicit prejudice and interracial interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 1, 62-68.
- Dovidio, J. F., Kawakami, K., Johnson, C., Johnson, B., y Howard, A. (1997). On the nature of prejudice: Automatic and controlled processes. *Journal of Experimental Social Psychology*, 33, 510-540.
- Dovidio, J. F., Major, B. y Crocker, J. (2000). Stigma: Introduction and overview. En T. F. Heatherton, R. E. Kleck, M. R. Helb y J. G. Hull (Eds.), *The social psychology of stigma* (pp. 1-30). Londres: Guilford Press.
- Dovidio, J. F., Piliavin, J. A., Gaertner, S., Schroeder, D. A. y Clark, R. D. III (1991). The Arousal: Cost-Reward Model and the process of intervention: A review of the evidence. En M. S. Clark (Ed.), *Review of personality and social psychology*. Vol. 12: *Prosocial behavior* (pp. 86-118). Newbury Park: Sage.
- Dovidio, J. F., Piliavin, J. A., Schroeder, D. A. y Penner, L. A. (2006). *The social psychology of prosocial behavior*. Mahwah: L. Erlbaum.
- Drigotas, S. M., Rusbult, C. E., Wieselquist, J. y Whitton, S. (1999). Close partner as sculptor of the ideal self: Behavioral affirmation and the Michelangelo phenomenon. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 293-323.
- Drury, J. y Reicher, S. D. (1999). The intergroup dynamics of collective empowerment: Substantiating the social identity model of crowd behaviour. *Group Processes and Intergroup Relations*, 2, 381-402.
- Drury, J. y Reicher, S. D. (2005). Explaining enduring empowerment: A comparative study of collective action and psychological outcomes. *European Journal of Social Psychology*, 35, 35-58.
- Duckitt, J. (2001). Reducing prejudice: A historical and multi-level approach. En M. Augoustinos y K. J. Reynolds (Eds.), *Understanding prejudice, racism, and social conflict* (pp. 253-272). Londres: Sage.
- Duckitt, J., Wagner, C., du Plessis, I. y Birum, I. (2002). The psychological bases of ideology and prejudice: Testing a dual process model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 75-93.
- Durkheim, E. (1982). *Las formas elementales de la vida religiosa*. Madrid: Akal (Original publicado en 1912).
- Duveen, G. y Lloyd, B. (1990). Introduction. En G. Duveen y B. Lloyd (Eds.), *Social representations and the development of knowledge* (pp. 1-10). Cambridge: Cambridge University Press.
- Eagly, A. H. (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- Eagly, A. H. (1995). The science and politics of comparing women and men. *American Psychologist*, 50, 145-158.
- Eagly, A. H. (2003). The rise of female leaders. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 34, 123-132.

- Eagly, A. H. (2004). Prejudice: Toward a more inclusive understanding. En A. H. Eagly, R. M. Baron y V. L. Hamilton (Eds.), *The social psychology of group identity and social conflict: Theory, application, and practice* (pp. 45-64). Washington: American Psychological Association Books.
- Eagly, A. H., Ashmore, R. D., Makhijani, M. G. y Longo, L. C. (1991). What is beautiful is good, but...: A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychological Bulletin*, 110, 109-128.
- Eagly, A. H. y Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Fort Worth: Harcourt, Brace, Jovanovich.
- Eagly, A. H. y Chaiken, S. (1998). Attitude structure and function. En D. T. Gilbert, S. T. Fiske y G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology* (4ª ed., Vol. 1, pp. 269-323). Nueva York: McGraw-Hill.
- Eagly, A. H. y Crowley, M. (1986). Gender and helping behavior: A meta-analytic review of the social psychological literature. *Psychological Bulletin*, 100, 283-308.
- Eagly, A. H. y Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, 109, 573-598.
- Eagly, A. H., Makhijani, M. G. y Klonsky, B. G. (1992). Gender and the evaluation of leaders: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 111, 3-22.
- Eagly, A. H. y Mladinic, A. (1993). Are people prejudiced against women? Some answers from research on attitudes, gender stereotypes and judgments of competence. *European Review of Social Psychology*, 5, 1-35.
- Eagly, A. H. y Steffen, V. J. (1984). Gender stereotypes stem from the distribution of women and men into social roles. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 735-754.
- Eagly, A. H. y Wood, W. (1999). The origins of sex differences in human behavior. Evolved dispositions versus social roles. *American Psychologist*, 54, 408-423.
- Eagly, A. H., Wood, W. y Diekmann, A. B. (2000). Social role theory of sex differences and similarities: A current appraisal. En T. Eckes y H. M. Trautner (Eds.), *The developmental social psychology of gender* (pp. 123-174). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Echebarría, A. y Páez, D. (Eds.) (1989). *Emociones: perspectivas psicosociales*. Madrid: Fundamentos.
- Echeburúa, E. y Corral, P. de (2005). Tratamiento psicológico del trastorno de estrés postraumático en una víctima de terrorismo. En J. P. Espada Sánchez, J. Olivares Rodríguez y F. X. Méndez Carrillo (Coords.), *Terapia psicológica. Casos prácticos* (pp. 159-178). Madrid: Pirámide.
- Echeverría, J. (1999). *Los señores del aire: Telépolis y el tercer entorno*. Barcelona: Destino.
- Edney, J. J. (1972). Property, possession, and permanence: A field study in human territoriality. *Journal of Applied Social Psychology*, 2, 275-282.
- Edney, J. J. (1975). Territoriality and control: A field experiment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 1108-1115.
- Edwards, A. L. (1940). Studies of stereotypes: I. The directionality and uniformity of responses to stereotypes. *Journal of Social Psychology*, 12, 357-266.
- Edwards, K. y Von Hippel, W. (1995). Hearts and minds: The priority of affective versus cognitive factors in person perception. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 996-1011.
- Efran, M. G. (1974). The effect of physical appearance on the judgment of guilt, interpersonal attraction, and severity of recommended punishment in a simulated jury task. *Journal of Research in Personality*, 8, 45-54.
- Ehlers, A., Maercker, A. y Boos, A. (2000). Posttraumatic stress disorder following political imprisonment: The role of mental defeat, alienation, and perceived permanent change. *Journal of Abnormal Psychology*, 109, 45-55.
- Ehrlich, D., Guttman, L., Schönbach, P. y Mills, J. (1957). Post-decision exposure to relevant information. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 54, 98-102.
- Eibl-Eibesfeldt, I. (1973). *Der vorprogrammierte Mensch*. Viena: Verlag Fritz Molden (Versión en castellano: *El hombre preprogramado*. Madrid: Alianza).
- Eibl-Eibesfeldt, I. (1989). *Human ethology*. Nueva York: Aldine (Versión en castellano: *Biología del comportamiento humano. Manual de etología humana*. Madrid: Alianza).

- Eisenberg, N. y Fabes, R. A. (1991). Prosocial behavior and empathy: A multimethod developmental perspective. En M. S. Clark (Ed.), *Review of personality and social psychology*. Vol. 12: Prosocial behavior (pp. 34-61). Newbury Park: Sage.
- Eisenberg, N., Guthrie, I. K., Cumberland, A., Murphy, B. C., Shepard, S. A., Zhou, Q. y Carlo, G. (2002). Prosocial development in early adulthood: A longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 993-1006.
- Eisenberg, N. y Lennon, R. (1983). Sex differences in empathy and related capacities. *Psychological Bulletin*, 94, 100-131.
- Ekman, P. (1972). Universal and cultural differences in facial expression of emotions. En J. Cole (Ed.), *Nebraska Symposium on Motivation* (Vol. 19, pp. 207-283). Lincoln: Nebraska University Press.
- Ekman, P. (1984). Expression and the nature of emotion. En K. Scherer y P. Ekman (Eds.), *Approaches to emotion* (pp. 319-344). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Ekman, P. (1992). An argument for basic emotions. *Cognition and Emotion*, 6, 169-200.
- Ekman, P. y Friesen, W. V. (1969). The repertoire of nonverbal behavior: Categories, origins, usage and coding. *Semiotica*, 1, 49-97.
- Ekman, P. y Friesen, W. V. (1975). *Unmasking the face: A guide to recognizing emotions from facial clues*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Ekman, P., Friesen, W. V. y Ellsworth, P. (1972). *Emotion in the human face: Guidelines for research and an integration of findings*. Nueva York: Pergamon Press.
- Ekman, P. y O'Sullivan, M. (1991). Who can catch a liar? *American Psychologist*, 46, 913-920.
- Ekman, P. y Oster, H. (1981). Expresiones faciales de la emoción. *Estudios de Psicología*, 7, 116-144.
- El País (2005). De diosa a diablesa. *El País, Internacional*, domingo, 11 diciembre 2005, p. 11.
- Ellemers, N. (2001). Individual upward mobility and the perceived legitimacy of intergroup relations. En J. T. Jost y B. Major (Eds.), *The psychology of legitimacy: Emerging perspectives on ideology, justice, and intergroup relations* (pp. 205-220). Cambridge: Cambridge University Press.
- Ellemers, N., Spears, R. y Doosje, B. (1997). Sticking together or falling apart: Ingroup identification as a psychological determinant of group commitment versus individual mobility. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 617-26.
- Ellemers, N., Spears, R. y Doosje, B. (Eds.) (1999). *Social identity, context, commitment, content*. Oxford: Blackwell.
- Ellemers, N. y van Knippenberg, A. (1997). Stereotyping in social context. En R. Spears, P. J. Oakes, N. Ellemers y S. A. Haslam (Eds.), *The social psychology of stereotyping and group life* (pp. 208-235). Oxford: Blackwell.
- Elliot, A. J. y Devine, P. G. (1994). On the motivational nature of cognitive dissonance. Dissonance as psychological discomfort. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 382-394.
- Emswiller, T., Deaux, K. y Willits, J. (1971). Similarity, sex, and requests for small favors. *Journal of Applied Social Psychology*, 1, 284-291.
- Enard, W., Khaitovich, P., Klose, J., Zöllner, S., Heissig, F., Giavalisco, P., Nieselt-Struwe, K., Muchmore, E., Varki, A., Ravid, R., Doxiadis, G. M., Bontrop, R. E. y Pääbo S. (2002). Intra- and interspecific variation in primate gene expression patterns. *Science*, 296, 340-343.
- Epstein, R. y Komorita, S. S. (1966). Childhood prejudice as a function of parental ethnocentrism, punitiveness, and outgroup characteristics. *Journal of Personality and Social Psychology*, 3, 259-264.
- Epstein, S. (1994). Integration of the cognitive and the psychodynamic unconscious. *American Psychologist*, 49, 709-724.
- Epstein, S., Lipson, A., Holstein, C. y Huh, E. (1992). Irrational reactions to negative outcomes: Evidence for two conceptual systems. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 328-389.
- Erera, P. I. (1997). Empathy training for helping professionals: Model and evaluation. *Journal of Social Work Education*, 33, 245-260.

- Eriksen, T. H. (1995). *Small places, large issues*. Londres: Pluto Press.
- Erikson, E. (1950/1963). *Childhood and society*. Harmondsworth: Penguin.
- Erikson, E. (1959). Identity and the life cycle. *Psychological Issues*, 1, 1.
- Ernst, J. M. y Cacioppo, J. L. (1998). Lonely hearts: Psychological perspectives on loneliness. *Applied and Preventive Psychology*, 8, 1-22.
- Eron, L. D. (2000). A psychological perspective. En V. B. van Hasselt y M. Hersen (Eds.), *Aggression and violence: An introductory text* (pp. 23-39). Londres: Allyn & Bacon.
- Espelt, E. y Javaloy, F. (2004). ¿Qué es el movimiento antiglobalización? *Encuentros en Psicología Social*, 2 (1), 357-360.
- Evans, D. (2002). The search hypothesis of emotion. *The British Journal for the Philosophy of Science*, 53, 497-509.
- Evans, G. W. (1978). Crowding and the developmental process. En A. Baum e Y. M. Apstein (Comps.), *Human responses to crowding*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- Evans, G. W. (1979). Behavioral and physiological consequences of crowding in humans. *Journal of Applied Social Psychology*, 9, 27-46.
- Evans, G. W. y Lepore, S. J. (1993). Non-auditory effects of noise on children: A critical review. *Children's Environments*, 10, 31-51.
- Evans, R. J. (2003). Introduction. Redesigning the past: History in political transitions. *Journal of Contemporary History*, 38, 5-12.
- Expósito, F. y Moya, M. C. (1993). Validación de la UCLA Loneliness Scale en una muestra española. En F. Loscertales y M. Marín (Comp.), *Dimensiones psicosociales de la educación y de la comunicación* (pp. 355-364). Sevilla: Eudema.
- Expósito, F. y Moya, M. C. (2005). Aplicaciones psicosociales de la teoría de la atribución. En F. Expósito y M. C. Moya (Coords.), *Aplicando la Psicología Social* (pp. 79-94). Madrid: Pirámide.
- Expósito, F. y Moya, M. C. (2005). *Aplicando la Psicología Social*. Madrid: Pirámide.
- Fabes, R. A., Eisenberg, N., Karbon, M., Troyer, D. y Switzer, G. (1994). The relations of children's emotion regulation to their vicarious emotional responses and comforting behaviors. *Child Development*, 65, 1678-1693.
- Fairbank, J. A., Hansen, D. J. y Fitterling, J. M. (1991). Pattern of appraisal and coping across different stressor conditions among former prisoners of war with and without posttraumatic stress disorder. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 59, 274-281.
- Falces, C., Briñol, P., Sierra, B., Becerra, A. y Alier, E. (2001). Validación de la escala de Necesidad de Cognición y aplicación al estudio del cambio de actitudes. *Psicothema*, 13, 647-653.
- Farr, K. A. (2002). Battered women who were "being killed and survived it": Straight talk from survivors. *Violence and Victims*, 17, 267-282.
- Fazio, R. H. (1990). Multiple processes by which attitudes guide behavior: The MODE model as an integrative framework. En M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 23, pp. 75-109). Nueva York: Academic Press.
- Fazio, R. H. (1995). Attitudes as object-evaluation associations: Determinants, consequences, and correlates of attitude accessibility. En R. E. Petty y J. A. Krosnick (Eds.), *Attitude strength: Antecedents and consequences* (pp. 247-282). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Fazio, R. H. y Hilden, L. E. (2001). Emotional reactions to a seemingly prejudiced response: The role of automatically activated racial attitudes and motivation to control prejudiced reactions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, 538-549.
- Fazio, R. H., Jackson, J. R., Dunton, B. C. y Williams, C. J. (1995). Variability in automatic activation as an unobtrusive measure of racial attitudes: A bona fide pipeline? *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 1013-1027.

- Fazio, R. H. y Olson, M. (2003). Implicit measures in social cognition research: Their meaning and uses. *Annual Review of Psychology*, 54, 297-327.
- Fazio, R. H., Sanbonmatsu, D. M., Powell, M. C. y Kardes, F. R. (1986). On the automatic activation of attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 229-238.
- Fazio, R. H. y Williams, C. J. (1986). Attitude accessibility as a moderator of the attitude-perception and attitude-behavior relations: An investigation of the 1984 presidential election. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 505-514.
- Fazio, R. H. y Zanna, M. P. (1978). Attitudinal qualities relating to the strength of the attitude-behavior relationship. *Journal of Experimental Social Psychology*, 14, 398-408.
- Fazio, R. H. y Zanna, M. P. (1981). Direct experience and attitude-behavior consistency. En L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 14, pp. 161-202). Nueva York: Academic Press.
- Feather, N. T. (1982). *Expectations and actions: Expectancy-value models in psychology*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- Feather, N. T. (1996). Domestic violence, gender, and perceptions of justice. *Sex Roles*, 35, 115-123.
- Feeney, J. A. (1999). Adult romantic attachment and couple relationships. En J. Cassidy y P. R. Shaver (Eds.), *Handbook of attachment: Theory, research, and clinical applications* (pp. 355-377). Nueva York: Guilford Press.
- Feeney, J. A. y Noller, P. (1990). Attachment style as a predictor of adult romantic relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 281-291.
- Fehr, B. (1988). Prototype analysis of the concepts of love and commitment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4, 557-579.
- Fehr, B. y Russell, J. A. (1984). Concept of emotion viewed from a prototype perspective. *Journal of Experimental Psychology: General*, 113, 464-486.
- Feild, H. (1978). Attitudes towards rape: A comparative analysis of police, rapists, crisis counsellors, and citizens. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, 156-179.
- Feingold, A. (1988). Matching for attractiveness in romantic partners and same sex-friends: A meta-analysis and theoretical critique. *Psychological Bulletin*, 104, 226-235.
- Feingold, A. (1990). Gender differences in effects of physical attractiveness on romantic attraction: Comparison across five research domains. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 981-993.
- Feingold, A. (1992a). Gender differences in mate selection preferences: A test of the parental investment model. *Psychological Bulletin*, 112, 125-139.
- Feingold, A. (1992b). Good-looking people are not what we think. *Psychological Bulletin*, 111, 304-341.
- Feldman, N. R. (1968). Response to compatriots and foreigners who seek assistance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 10, 202-214.
- Felipe, N. J. y Sommer, R. (1966). Invasions of personal space. *Social Problems*, 14, 206-214.
- Felson, R. B. (2000). A social psychological approach to interpersonal aggression. En V. B. Van Hasselt y M. Hersen (Eds.), *Aggression and violence: An introductory text* (pp. 9-21). Londres: Allyn & Bacon.
- Fernández, D. R., Carlson, D. S., Stepina, L. P. y Nicholson, J. D. (1997). Hofstede's country classification 25 years later. *The Journal of Social Psychology*, 137, 43-54.
- Fernández, I. (2001). *Actitudes, autoconceptos, cultura y emoción: una investigación transcultural*. Tesis Doctoral no publicada. San Sebastián: UPV.
- Fernández, I., Carrera, P. y Sánchez, F. (2002). Cultura, conocimiento social y comunicación de emociones. En J. F. Morales, D. Páez, A. L. Kornblit y D. Asún (Eds.), *Psicología social* (pp. 265-285). Buenos Aires: Prentice Hall.
- Fernández, I., Páez, D. y Pennebaker, J. (2004). Escritura expresiva, deber de memoria y afrontamiento tras el impacto del 11-M: Un estudio experimental. *Ansiedad y Estrés (Número Monográfico. La reacción humana ante el trauma: consecuencias del 11 de Marzo de 2004)*, 10 (2-3), 233-245.

- Fernández-Dols, J. M. (1999). El comportamiento no verbal. En J. F. Morales (Coord.), *Psicología social* (pp. 175-191). Madrid: McGraw-Hill.
- Fernández-Dols, J. M. (1999). Emoción. En J. F. Morales (Coord.), *Psicología social* (pp. 155-173). Madrid: McGraw-Hill.
- Fernández-Dols, J. M., Carrera, P. y Ocea, L. (2002). Bases sociales de la emoción. En J. F. Morales, D. Páez, A. L. Kornblit y D. Asún (Coords.), *Psicología social* (pp. 235-264). Buenos Aires: Prentice Hall.
- Fernández-Dols, J. M., Iglesias, J. y Mallo, M. J. (1990). Comportamiento no verbal y emoción. En S. Palafox y J. Vila (Eds.), *Motivación y emoción* (Vol. 8 del *Tratado de Psicología General*, (pp. 255-307). Madrid: Alhambra.
- Fernández-Dols, J. M. y Ruiz-Belda, M. A. (1995). Are smiles a sign of happiness? Gold medal winners at the Olympic Games. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 1113-1119.
- Ferree, M. y Miller, F. (1985). Mobilization and meaning: Toward an integration of social psychological and resource perspectives on social movements. *Sociological Inquiry*, 55, 38-61.
- Ferrer, V. A. y Bosch, E. (2000). Violencia de género y misoginia: reflexiones psicosociales sobre un posible factor explicativo. *Papeles del Psicólogo*, 75, 13-19.
- Ferro, M. (1994). *Histoire des colonisations*. París: Eds. Du Seuil.
- Festinger, L. (1950). Informal social communication. *Psychological Review*, 57, 271-282.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 2, 117-140.
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford: Stanford University Press (Versión en castellano: *Teoría de la disonancia cognoscitiva*. Madrid: Instituto de Estudios Políticos, 1975).
- Festinger, L. (1999). Reflection on cognitive dissonance: 30 years later. En E. Harmon-Jones y J. Mills, (Eds.), *Cognitive dissonance: Progress on a pivotal theory in social psychology* (pp. 381-388). Washington: American Psychological Association.
- Festinger, L. y Carlsmith, J. M. (1959). Cognitive consequences of forced compliance. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 58, 203-210.
- Festinger, L., Riecken, H. W., y Schachter, S. (1956). *When prophecy fails*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Festinger, L., Schachter, S. y Back, K. (1950). *Social pressures in informal groups: A study of a housing community*. Nueva York: Harper & Row.
- Feuer, L. (1969). *The conflict of the generations: The character and significance of student movements*. Nueva York: Basic Books.
- Fiedler, K. (1991). The tricky nature of skewed frequency tables: An information loss account of distinctiveness-based illusory correlation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 24-36.
- Fiedler, K. y Armbruster, T. (1994). Two halves may be more than one whole: Category split effects on frequency illusions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 633-645.
- Finkelstein, M. A., Penner, L. A. y Brannick, M. T. (2005). Motive, role identity and prosocial personality as predictors of volunteer activity. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 33, 403-419.
- Finlay, K. y Stephan, W. G. (2000). Improving intergroup relations: The effects of empathy on racial attitudes. *Journal of Applied Psychology*, 30, 1720-1737.
- Fischer, A. H., Manstead, A. S. R. y Rodríguez Mosquera, P. M. (1999). The role of honor-based versus individualistic values in conceptualizing pride, shame, and anger: Spanish and Dutch cultural prototypes. *Cognition and Emotion*, 13, 149-179.
- Fischer, A. H., Manstead, A. S. R. y Zaalberg, R. (2003). Social influences on the emotion process. *European Review of Social Psychology*, 14, 171-201.
- Fischer, K. W., Shaver, P. R. y Carnochan, P. (1990). How emotions develop and how they organize development. *Cognition and Emotion*, 4, 81-127.

- Fishbein, M. y Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Menlo Park: Addison-Wesley.
- Fisher, H. E. (1992). *Anatomía del amor*. Barcelona: Anagrama.
- Fisher, J. D., Nadler, A. y Whitcher-Alagna, S. J. (1982). Recipient reactions to aid. *Psychological Bulletin*, 91, 27-54.
- Fisher, R. (1982). *An applied approach*. Nueva York: St. Martin's Press.
- Fishman, M. (1978). Crime waves as ideology. *Social Problems*, 25, 531-543.
- Fiske, A. P. (1991a). *Structures of social life: The four elementary forms of human relations*. Nueva York: Free Press.
- Fiske, A. P. (1991b). The cultural relativity of selfish individualism. Anthropological evidence that humans are inherently sociable. En M. S. Clark (Ed.), *Review of personality and social psychology*. Vol. 12: *Prosocial behavior* (pp. 176-214). Newbury Park: Sage.
- Fiske, A. P. (1992). The four elementary forms of sociality: Framework for a unified theory of sociality. *Psychological Review*, 99, 689-723.
- Fiske, A. P. (2002). Using individualism and collectivism to compare cultures: A critique of the validity and measurement of the constructs: Comment on Oyserman et al. (2002). *Psychological Bulletin*, 128, 78-88.
- Fiske, A. P., Markus, H. R., Kitayama, S. y Nisbett, R. E. (1998). The cultural matrix of Social Psychology. En D. T. Gilbert, S. T. Fiske y G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology* (4ª ed., Vol. 2, pp. 915-981). Nueva York: McGraw-Hill.
- Fiske, S. T. (1988). Compare and contrast: Brewer's dual-process model and Fiske et al.'s continuum model. En T. K. Srull y R. S. Wyer (Eds.), *Advances in social cognition*. Vol. 1: *A dual model of impression formation* (pp. 65-76). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Fiske, S. T. (1993). Controlling other people: The impact of power on stereotyping. *American Psychologist*, 48, 621-628.
- Fiske, S. T. (1998). Stereotyping, prejudice, and discrimination. En D. T. Gilbert, S. T. Fiske y G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology* (4ª ed., Vol. 2, pp. 357-411). Nueva York: McGraw-Hill.
- Fiske, S. T. (2004). *Social beings. A core motives approach to social psychology*. Hoboken: Wiley.
- Fiske, S. T., Bersoff, D. N., Borgida, E. y Deaux, K. (1991). Social science research on trial: Use of sex stereotyping research in Price Waterhouse vs. Hopkins. *American Psychologist*, 46, 1049-1060.
- Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., Glick, P. y Xu, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 878-902.
- Fiske, S. T. y Cox, M. G. (1979). The effect of target familiarity and descriptive purpose on the process of describing others. *Journal of Personality*, 47, 136-161.
- Fiske, S. T. y Morling, B. (1996). Accessibility. En A. S. R. Manstead y M. Hewstone (Eds.), *The Blackwell Encyclopedia of Social Psychology* (p. 1). Oxford: Blackwell.
- Fiske, S. T. y Neuberg, S. L. (1990). A continuum of impression formation, from category-based to individuating processes: Influences of information and motivation on attention and interpretation. En M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 23, pp. 1-74). Nueva York: Academic Press.
- Fiske, S. T. y Taylor, S. E. (1984). *Social cognition*. Reading: Addison-Wesley.
- Fiske, S. T. y Taylor, S. E. (1991). *Social cognition* (2ª ed.). Nueva York: McGraw-Hill.
- Fitness, J. y Fletcher, G. J. O. (1993). Love, hate, anger, and jealousy in close relationships: A prototype and cognitive appraisal analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 942-958.
- Flacks, R. (1967). The liberated generation: An exploration of the roots of student protest. *Journal of Social Issues*, 23, 52-75.
- Foa, E. B., Ehlers, A., Clark, D. M., Tolin, D. F. y Orsillo, S. M. (1999). The Post-Traumatic Cognition Inventory (PTCI): Development and validation. *Psychological Assessment*, 11, 303-314.

- Foa, E. B., Rothbaum, B. O., Riggs, D. y Murdock, T. (1991). Treatment of post-traumatic stress disorder in rape victims: A comparison between cognitive-behavioral procedures and counselling. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 59, 5, 715-723.
- Ford, T. E. y Stangor, C. (1992). The role of diagnosticity in stereotype formation: Perceiving group means and variances. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 356-367.
- Forgas, J. P. (1988). The role of physical attractiveness in the interpretation of facial expression cues. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 13, 478-489.
- Forgas, J. P. (1995). Mood and judgment: The affect infusion model (AIM). *Psychological Bulletin*, 117, 39-66.
- Forgas, J. P., O'Connor, K. V. y Morris, S. L. (1983). Smile and punishment: The effects of facial expression on responsibility attribution by groups and individuals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 9, 587-596.
- Forgas, J. P. y Williams, K. D. (2001). Social influence. Introduction and overview. En J. P. Forgas y K. D. Williams (Eds.), *Social influence. Direct and indirect processes* (pp. 3-24). Filadelfia: Psychology Press.
- Forrest, J. A. y Feldman, R. S. (2000). Detecting deception and judge's involvement: Lower task involvement leads to better lie detection. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 118-125.
- Franceschini, A., Buffa, P. y Giustolisi, F. (1988). *Mara, Renato ed io. Storia dei fondatori delle Brigate Rosse*. Milan: Mondadori.
- Franzoi, S. L. (2000). *Social psychology* (2ª ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *American Psychologist*, 56, 218-226.
- Freedman, J. L. (1965). Long-term behavioural effects of cognitive dissonance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1, 145-155.
- Freedman, J. L. y Fraser, S. C. (1966). Compliance without pressure: The foot-in-the-door technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4, 195-203.
- Freedman, J. L. y Sears, D. O. (1965). Warning, distraction and resistance to influence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1, 262-266.
- Freire, P. (1970). *Pedagogy of oppressed*. Nueva York: Seabury.
- French, J. y Raven, B. (1956). A formal theory of social power. *Psychological Review*, 63, 181-194.
- Freud, S. (1915). *Repression*. Londres: Hogarth Press.
- Frey, D. y Rosch, M. (1984). Information seeking after decisions: The roles of novelty of information and decision reversibility. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 10, 91-98.
- Fridlund, A. J. (1991a). Sociality of solitary smiling: Potentiation by an implicit audience. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 229-240.
- Fridlund, A. J. (1991b). Evolution and facial action in reflex, social motive and paralanguage. *Biological Psychology*, 32, 3-100.
- Fridlund, A. J. (1994). *Human facial expression: An evolutionary view*. Nueva York: Academic Press.
- Friedrich, J., Fetherstonhaugh, D., Casey, S. y Gallagher, D. (1996). Argument integration and attitude change: Suppression effects in the integration of one-sided arguments that vary in persuasiveness. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 179-191.
- Frijda, N. H. (1958). Facial expression and situational cues. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 57, 149-153.
- Frijda, N. H. (1986). *The emotions*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Frijda, N. H. (1988). The laws of emotion. *American Psychologist*, 43, 349-358.
- Frijda, N. H. (2001). The laws of emotion. En W. G. Parrot (Ed.), *Emotions in social psychology. Essential readings* (pp. 57-69). Filadelfia: Psychology Press.
- Froufe, M. y Sierra, B. (1998). Condicionamiento clásico de actitudes y preferencias: Implicaciones para la publicidad. *Estudios sobre Consumo*, 45, 9-23.

- Fukada, H. (1986). Psychological processes mediating persuasion-inhibiting effect of forewarning in fear-arousing communication. *Psychological Reports*, 58, 87-90.
- Fuller, R. C. G. y Sheehy-Skeffington, A. (1974). Effects of group laughter on responses to humorous materials: A replication and extension. *Psychological Reports*, 35, 531-534.
- Fundación Europea para la Mejora de las Condiciones de Vida y de Trabajo (2000). *III Encuesta de Condiciones del Trabajo*, Dublín.
- Furnham, A. (2003). Belief in a just world: Research progress over the past decade. *Personality and Individual Differences*, 34, 795-817.
- Furnham, A. y Bochner, S. (1982). Social difficulty in a foreign culture: An empirical analysis. En S. Bochner (Ed.), *Cultures in contact: Studies in cross-cultural interaction* (pp. 161-198). Oxford: Pergamon.
- Gable, S. L. y Reis, H. T. (2001). Appetitive and aversive social interaction. En J. Harvey y A. Wenzel (Eds.), *Close romantic relationships: Maintenance and enhancement* (pp. 169-194). Mahwah: L. Erlbaum.
- Gable, S. L., Reis, H. T. y Elliot, A. J. (2000). Behavioral activation and inhibition in everyday life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 1135-1149.
- Gable, S. L., Reis, H. T., Impett, E. A., y Asher, E. R. (2004). What do you do when things go right? The intrapersonal and interpersonal benefits of sharing positive events. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87, 228-245.
- Gaertner, S. L. (1973). Helping behavior and discrimination among liberals and conservatives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 25, 335-341.
- Gaertner, S. L. y Dovidio J. F. (1977). The subtlety of white racism, arousal and helping behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 691-707.
- Gaertner, S. L. y Dovidio, J. F. (1986). The aversive form of racism. En J. F. Dovidio y S. L. Gaertner (Eds.), *Prejudice, discrimination, and racism* (pp. 61-89). Orlando: Academic Press.
- Gaertner, S. L. y Dovidio, J. F. (2000). *Reducing intergroup bias. The common ingroup identity model*. Filadelfia: Psychology Press.
- Gaertner, S. L. y Dovidio, J. F. (2005). Understanding and addressing contemporary racism: From aversive racism to the common ingroup identity model. *Journal of Social Issues*, 61, 3, 615-639.
- Gagné, F. M. y Lydon, J. E. (2004). Bias and accuracy in close relationships: An integrative review. *Personality and Social Psychology Review*, 8, 322-338.
- Gamson, W. A. (1975/1990). *The strategy of social protest*. Homewood: Dorsey Press (1ª y 2ª edición).
- Gamson, W. A. (1992). The social psychology of collective action. En A. D. Morris y C. Mueller (Eds.), *Frontiers in social movements theory*. New Haven: Yale University Press.
- Gamson, W. A., Fireman, B. y Rytina, S. (1982). *Encounters with unjust authority*. Homewood: Dorsey.
- Gamson, W. A. y Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power. *American Journal of Sociology*, 95, 1-38.
- García, M. (2002). El bienestar subjetivo. *Escritos de Psicología*, 6, 18-39.
- García, M. C. (2006). *El prejuicio y su relación con el proceso de aculturación de los inmigrantes magrebíes*. Tesis doctoral no publicada. Universidad de Almería.
- García Fernández-Abascal, E. (2003). Procesamiento emocional. En E. García Fernández-Abascal, M. P. Jiménez Sánchez, y M. D. Martín Díaz (Eds.), *Emoción y motivación: la adaptación humana* (Vol. 1, pp. 47-93). Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- García Fernández-Abascal, E., Jiménez Sánchez, P. y Martín Díaz, M. D. (2003). *Emoción y motivación: la adaptación humana* (2 Vols.). Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces.
- García Márquez, G. (1967). *Cien años de soledad*. Barcelona: Círculo de Lectores.
- García-Marques, L., Santos, A. S. C. y Mackie, D. M. (2006). Stereotypes: Static abstractions or dynamic knowledge structures? *Journal of Personality and Social Psychology*, 91, 814-831.

- Garner, R. L. (1999). *What's in a name. Persuasion perhaps?* Manuscrito no publicado. Universidad Sam Houston State.
- Garzón, A. y Rodríguez, A. (1989). El individuo y los procesos colectivos. En A. Rodríguez y J. Seoane (Eds.), *Creencias, actitudes y valores*. (Vol. 7 del *Tratado de Psicología General*, pp. 1-39). Madrid: Alhambra.
- Gaviria, E. (1996). Bases biológicas de la conducta social. En J. F. Morales y M. C. Moya, *Tratado de psicología social. Vol. 1: Procesos básicos* (pp. 49-69). Madrid: Síntesis.
- Gaviria, E. (1998). ¿A quién ayudan los niños de preescolar? En R. A. Baron y D. Byrne, *Psicología social* (8ª ed., pp. 414-418). Madrid: Prentice Hall.
- Gaviria, E. (1998). Agresión: el punto de vista etológico. En R. A. Baron y D. Byrne (Eds.), *Psicología social* (8ª Edición, pp. 461-464). Madrid: Prentice Hall.
- Gaviria, E. (1999). Altruismo y conducta de ayuda. En J. F. Morales y C. Huici (Coords.), *Psicología social* (pp. 85-99). Madrid: McGraw-Hill.
- Gaviria, E. (1999). La evolución de la conducta social. En J. F. Morales y C. Huici (Coords.), *Psicología social* (pp. 21-32). Madrid: McGraw-Hill.
- Gaviria, E. (2003). El grupo de iguales como campo de prácticas. Desarrollo de tendencias prosociales y agonísticas. En J. F. Morales y C. Huici (Dirs.), *Estudios de psicología social* (pp. 315-347). Madrid: UNED.
- Gaviria, E. (2004). El grupo como contexto evolutivo de la conducta humana. En C. Huici y J. F. Morales (Dirs.), *Psicología de grupos I. Estructura y procesos* (pp. 81-104). Madrid: UNED.
- Gawronski, B., y Bodenhausen, G. V. (2006). Associative and prepositional processes in evaluation: An integrative review of implicit and explicit attitude change. *Psychological Bulletin*, 132, 692-731.
- Gawronski, B. y Strack, F. (2004). On the prepositional nature of cognitive consistency: Dissonance changes explicit, but not implicit attitudes. *Journal of Experimental Social Psychology*, 40, 535-542.
- Gawronski, B., Strack, F. y Bodenhausen, G. V. (en prensa). Attitudes and cognitive consistency. The role of associative and propositional processes. En R. E. Petty, R. H. Fazio y P. Briñol (Eds.), *Attitudes: Insights from the new wave of implicit measures*. Mahwah: L. Erlbaum.
- Gazzaniga, M. S. (1993). *El cerebro social*. Madrid: Alianza (Original publicado en 1985).
- Geen, R. G. (1978). Effects of noise and attack on aggression and physiological arousal. *Motivation and Emotion*, 8 (3), 231-241.
- Geen, R. G. (1990). *Human aggression*. Pacific Grove: Brooks/Cole.
- Geen, R. G. (1990). Processes and personal variables in affective aggression. En R. G. Geen y E. Goldstein (Eds.), *Human aggression. Theories, research and implications for social policy*. San Diego: Academic Press.
- Geen, R. G. (1998). Aggression and antisocial behavior. En D. T., Gilbert, S. T. Fiske y G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology* (4ª ed., Vol. 2, pp. 317-356). Nueva York: McGraw-Hill.
- Geers, A. L., Handley, I. M., y McLarney, A. R. (2003). Discerning the role of optimism in persuasion: The valence-enhancement hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 554-565.
- Geertz, C. (1995). *The interpretation of cultures*. Londres: Hutchinson.
- Gentile, D. A. y Anderson, C. A. (2003). Violent video games: The newest media violence hazard. En D. A. Gentile (Ed.), *Media violence and children*. Westport: Praeger.
- Georgoudi, M. y Rosnow, R. L. (1985). Notes toward a contextualist understanding of social psychology. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 11, 5-22.
- Gerbner, G. (1969). Toward "cultural indicators": The analysis of mass mediated public message systems. En G. Gerbner (comp.), *The analysis of communication content* (pp. 123-132). Nueva York: Wiley.
- Gerbner, G. (1980). Death in prime time: Notes on symbolic functions of dying in the mass media. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 447, 64-70.

- Gerbner, G. (1985). Mass media discourse: Message system analysis as a component of cultural indicators. En T. van Dijk (Ed.), *New approaches to the analysis of mass media discourse* (pp. 13-25). Berlín: Walter de Gruyter and Co.
- Gerbner, G. y Gross, L. (1976). Living with the television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26, 173-199.
- Gerbner, G., Gross, L., Jackson-Beeck, M., Jeffries-Fox, S. y Signorielli, N. (1978). Cultural indicators: Violence profile Nº 9. *Journal of Communication*, 28, 176-207.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. y Signorielli, N. (1980). The "mainstreaming" of America: Violence profile Nº 11. *Journal of Communication*, 30, 10-29.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. y Signorielli, N. (1981). A curious journey into the scary world of Paul Hirsch. *Communication Research*, 8, 39-72.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. y Signorielli, N. (1982). Charting the mainstream: Television's contribution to political orientation. *Journal of Communication*, 32, 100-127.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. y Signorielli, N. (1996). Crecer con la televisión: perspectiva de aculturación. En J. Bryant y D. Zillmann (Comps.), *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías* (pp. 35-66). Barcelona: Paidós.
- Gerbner, G., Gross, L., Signorielli, N., Morgan, M. y Jackson-Beeck, M. (1979). The demonstration of power: Violence profile Nº 10. *Journal of Communication*, 29, 177-196.
- Gergen, K. J. y Basseches, M. (1980). What is applied social psychology? An introduction. En R. F. Kidd y M. J. Saks (Eds.), *Advances in applied social psychology* (Vol. 1, pp. 25-46). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Gergen, K. J., Ellsworth, P., Maslach, C. y Sipel, M. (1975). Obligation, donor resources, and reactions to aid in three cultures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 390-400.
- Gerlach, L. y Hine, V. (1970). *People, power, change: Movements of social transformation*. Nueva York: Bobbs-Merrill.
- Gifford, R. (1987). *Environmental psychology. Principles and practice*. Boston: Allyn & Bacon.
- Gilbert, D. T. (1989). Thinking lightly others: Automatic components of the social inference process. En J. S. Uleman y J. A. Bargh (Eds.), *Unintended thoughts: Limits on awareness, intentions, and control* (pp. 189-211). Nueva York: Guilford Press.
- Gilbert, D. T., Pelham, B. W. y Krull, D. S. (1988). On cognitive busyness: When person perceivers meet persons perceived. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 733-740.
- Gill, M. J. y Swann, W. B., Jr. (2004). On what it means to know someone: A matter of pragmatics. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, 405-418.
- Girandola, F. (2000). Le soi et la théorie de la dissonance cognitive. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 13, 115-147.
- Glass, D. C., Singer, J. E. y Friedman, L. N. (1969). Psychic cost of adaptation to an environmental stressor. *Journal of Personality and Social Psychology*, 12, 200-210.
- Glenn, N. D. (1991). The recent trend in marital success in the United States. *Journal of Marriage and the Family*, 53, 261-270.
- Glick, P., Diebold, J., Bailey-Werner, B. y Zhu, L. (1997). The two faces of Adam: Ambivalent sexism and polarized attitudes toward women. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23, 1323-1334.
- Glick, P. y Fiske, S. T. (2001a). Ambivalent stereotypes as legitimising ideologies: Differentiating paternalistic and envious prejudice. En J. T. Jost y B. Major (Eds.), *The psychology of legitimacy: Emerging perspectives on ideology, justice, and intergroup relations* (pp. 278-306). Cambridge: Cambridge University Press.
- Glick, P. y Fiske, S. T. (2001b). Ambivalent sexism. En M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (vol. 33, pp. 115-188). San Diego: Academic Press.
- Godoy, H. (1975). *El carácter chileno*. Santiago: Universitarias.
- Goffman, E. (1963). *Stigma: Notes on the management of spoiled identity*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.

- Goffman, E. (1976). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu (Original publicado en 1959).
- Gold, J. A., Ryckman, R. M. y Mosley, N. R. (1984). Romantic mood induction and attraction to a dissimilar other: Is love blind? *Personality and Social Psychology Bulletin*, 10, 358-368.
- Goldenberg, J. L., Pyszczynski, T., Greenberg, J. y Solomon, S. (2000). Fleeing the body: A terror management perspective on the problem of human corporeality. *Personality and Social Psychology Review*, 4, 200-218.
- Goldstone, J. (1980). The weakness of organization: A new look at Gamson's The Strategy of Social Protest. *American Journal of Sociology*, 86, 1017-1042.
- Gómez, A. (2002). If my group stereotypes others, others stereotype my group... and we know. Concept, research lines and future perspectives of meta-stereotypes. *Revista de Psicología Social*, 17, 253-282.
- Gómez, A. (2004). El equipo de trabajo eficaz. En C. Huici y J. F. Morales (Dirs.), *Psicología de Grupos II. Métodos, técnicas y aplicaciones* (pp. 197-245). Madrid: UNED.
- Gómez, A. (2004). La reducción del conflicto y la mejora de las relaciones intergrupales. En C. Huici y J. F. Morales (Dirs.), *Psicología de Grupos II. Métodos, técnicas y aplicaciones* (pp. 295-327). Madrid: UNED.
- Gómez, A. (2006). Conducta de ayuda, conducta prosocial y altruismo. En A. Gómez, E. Gaviria e I. Fernández (Coords.), *Psicología Social* (pp. 331-391). Madrid: Sanz y Torres.
- Gómez, A., Huici, C. y Morales, J. F. (2004). ¿Nos gusta que nos vean... como somos! Implicaciones de la teoría de la auto-verificación a nivel intergrupar. *Revista de Psicología Social*, 19, 139-157.
- Gómez, A. y Martínez, M. D. (2002). Trabajo no remunerado: Voluntariado. En F. J. Palací y J. A. Moriano (Coords.), *Inserción y desarrollo profesional en el nuevo mercado laboral*. Textos de Educación Permanente. Programa de Enseñanza Abierta. Madrid: UNED.
- Gómez, A., Morales, J. F., Huici, C., Gaviria, E. y Jiménez, J. (en prensa). When the world understands me... and my group. From self-verification to verification of one's group identity. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*.
- González, M. P., Barrull, E., Pons, C. y Marteles, P. (1998). ¿Qué es el afecto? En <http://www.biopsychology.org/biopsicologia/articulos/articulos.htm>.
- González-Pineda, J., Núñez, J. C., González-Pumariaga, S., Rocés, C., García, M., González, P., Cabanach, R. y Valle, A. (2000). Autoconcepto, proceso de atribución y metas académicas en niños con y sin dificultades de aprendizaje. *Psicothema*, 12, 548-556.
- Goodall, J. (1986). *The chimpanzees of Gombe. Patterns of behaviour*. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Goode, E. (1992). *Collective behavior*. Nueva York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Goodwin, R. (1990). Sex differences amongst partner preferences: Are the sexes really very similar? *Sex Roles*, 23, 501-513.
- Goodwin, R. (1999). *Personal relationships across cultures*. Londres: Routledge.
- Gould, S. J. (1980). *The panda's thumb. More reflections in natural history*. Nueva York: Norton (Versión en castellano: *El pulgar del panda. Reflexiones sobre historia natural y evolución*. Barcelona: Crítica).
- Gould, S. J. (2002). *I have landed. The end of a beginning in natural history*. Nueva York: Harmony Books (Versión en castellano: *Acabo de llegar. El final de un principio en historia natural*. Barcelona: Crítica).
- Gouveia, V. V. (2001). El individualismo y el colectivismo normativo: comparación de dos modelos. En M. Ros y V. V. Gouveia (Eds.), *Psicología social de los valores humanos. Desarrollos teóricos, metodológicos y aplicados* (pp. 101-125). Madrid: Biblioteca Nueva.
- Graf, P. y Schacter, D. L. (1985). Implicit and explicit memory for new associations in normal and amnesic subjects. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory and Cognition*, 11, 386-396.
- Graumann, C. F. (1995). History of social psychology. En A. S. R. Manstead y M. Hewstone (Eds.), *The Blackwell encyclopedia of social psychology* (pp. 301-306). Oxford: Blackwell.
- Graumann, C. F. (1998). Verbal discrimination: A neglected chapter in the social psychology of aggression. *Journal for the Theory of Social Behavior*, 28, 41-61.

- Greenberg, B. (1974). Gratifications of television viewing and their correlates for British children. En J. Blumler y E. Katz (Eds.), *The uses of mass communication: Current perspectives on gratification research* (pp. 71-92). Beverly Hills: Sage.
- Greenberg, M. A., Wortman, C. B. y Stone, A. A. (1996). Emotional expression and physical health: Revising traumatic memories or fostering self-regulation? *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 75-84.
- Greenberg, J., Solomon, S. y Pyszczynski, T. (1997). Terror management theory of self-esteem and cultural worldviews. En M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 29, pp. 61-139). San Diego: Academic Press.
- Greenwald, A. G. (1968). Cognitive learning, cognitive response to persuasion, and attitude change. En A. G. Greenwald, T. Brock y T. Ostrom (Eds.), *Psychological foundations of attitudes* (pp. 148-170). Nueva York: Academic Press.
- Greenwald, A. G. y Banaji, M. (1995). Implicit social cognition: Attitudes, self-esteem, and stereotypes. *Psychological Review*, 102, 4-27.
- Greenwald, A. G., Banaji, M. R., Rudman, L. A., Farnham, S. D., Nosek, B. A. y Mellott, D. S. (2002). A unified theory of implicit attitudes, stereotypes, self-esteem, and self-concept. *Psychological Review*, 109, 3-25.
- Greenwald, A. G., McGhee, D. E. y Schwartz, J. L. K. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: The Implicit Association Test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 1464-1480.
- Gregg, A. P., Seibt, B. y Banaji, M. R. (2006). Easier done than undone: Asymmetry in the malleability of implicit preferences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90, 1-20.
- Groebel, J. (1986). International research on television violence: Synopsis and critique. En L. R. Huesmann y L. D. Eron (Eds.), *Television and the aggressive child: A cross-national comparison*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- Gross, A. E., Wallston, B. S. y Piliavin, I. M. (1979). Reactance, attribution, equity, and the help recipient. *Journal of Applied Social Psychology*, 9, 297-313.
- Gross, S. R., Holtz, R. y Miller, N. (1995). Attitude certainty. En R. E. Petty y J. A. Krosnick (Eds.), *Attitude strength: Antecedents and consequences* (pp. 215-246). Mahwah: L. Erlbaum.
- Gruner, S. J. (1996). Reward good consumers. *Inc.*, Noviembre, p. 84.
- Grusec, J. E. (1991). The socialization of empathy. En M. S. Clark (Ed.), *Review of personality and social psychology*. Vol. 12: *Prosocial behavior* (pp. 9-33). Newbury Park: Sage.
- Grusec, J. E., Davidov, M. y Lundell, L. (2002). Prosocial and helping behavior. En P. K. Smith y C. H. Hart (Eds.), *Blackwell handbook of childhood social development* (pp. 457-474). Malden: Blackwell.
- Guadagno, R. E., Asher, T., Demaine, L. J. y Cialdini, R. B. (2001). When saying yes leads to saying no: Preference for consistency and the reverse foot-in-the-door effect. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, 859-867.
- Gudykunst, W. G. (1994). *Bridging differences*. Londres: Sage.
- Gunaratna, R. (2003). *Al Qaeda, viaje al interior del terrorismo islamista*. Barcelona: Servidoc (Original publicado en 2002).
- Gurr, T. R. (1970). *Why men rebel*. Princeton: Princeton University Press.
- Gusfield, J. (1994). La reflexividad de los movimientos sociales: revisión de las teorías sobre la sociedad de masas y el comportamiento colectivo. En E. Laraña y J. Gusfield (Eds.), *Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad*. Madrid: CIS.
- Gutek, B. A. (2001). Women and paid work. *Psychology of Women Quarterly*, 25, 379-393 (Número especial: "Women's lives, feminist research, and the decade of behavior").
- Haddock, G. y Maio, G. (2004). *Contemporary perspectives on the psychology of attitudes*. Filadelfia: Psychology Press.
- Haddock, G., Rothman, A. J., Reber, R., y Schwarz, N. (1999). Forming judgments of attitude certainty, intensity, and importance: The role of subjective experiences. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, 771-782.

- Haddock, G., Zanna, M. P. y Esses, V. M. (1993). Assessing the structure of prejudicial attitudes: The case of attitudes toward homosexual. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 1105-1118.
- Hafer, C. L. y Bègue, L. (2005). Experimental research on just-world theory. *Psychological Bulletin*, 131, 128-167.
- Halbwachs, M. (1950/1968). *La mémoire collective*. París: Presses Universitaires de France.
- Hall, E. T. (1959). *The silent language*. Garden City: Doubleday.
- Hall, E. T. (1966). *The hidden dimension*. Garden City: Doubleday.
- Hall, S., French, D. P. y Marteau, T. M. (2003). Causal attribution following serious unexpected negative events: A systematic review. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 22, 513-536.
- Hamilton, D. L. y Gifford, R. K. (1976). Illusory correlations in interpersonal perception: A cognitive basis for stereotypic judgements. *Journal of Experimental and Social Psychology*, 12, 392-407.
- Hamilton, D. L. y Sherman, J. W. (1994). Stereotypes. En R. S. Wyer, Jr. y T. K. Srull (Eds.), *Handbook of social cognition* (2ª ed., Vol. 2, pp. 1-68). Mahwah: L. Erlbaum.
- Hamilton, D. L. y Troiler, T. K. (1986). Stereotypes and stereotyping: An overview of the cognitive approach. En J. F. Dovidio y S. L. Gaertner (Eds.), *Prejudice, discrimination, and racism* (pp. 127-163). Orlando: Academic Press.
- Hamilton, D. L. y Zanna, M. P. (1972). Context effects in impression formation: Changes in connotative meaning. *Journal of Personality and Social Psychology*, 29, 649-654.
- Hamilton, W. D. (1964). The genetic evolution of social behaviour, I and II. *Journal of Theoretical Biology* 7, 1-16 y 17-52.
- Han, S. y Shavitt, S. (1994). Persuasion and culture: Advertising appeals in individualistic and collectivist societies. *Journal of Experimental Social Psychology*, 30, 326-350.
- Haney, C., Banks, W. C. y Zimbardo, P. G. (1973). Interpersonal dynamics in a simulated prison. *International Journal of Criminology and Penology*, 1, 69-97.
- Harackiewicz, J. M., Barron, K. E., Tauer, J. M. y Elliot, A. J. (2002). Predicting success in college: A longitudinal study of achievement goals and ability measures as predictors of interest and performance from freshman year through graduation. *Journal of Educational Psychology*, 94, 1, 562-575.
- Hareven, T. K. (1994). Aging and generational relations: A historical and life course perspective. *Annual Review of Sociology*, 20, 437-462.
- Harmon-Jones, E. (1999). Toward an understanding of the motivation underlying dissonance effects: Is the production of aversive consequences necessary? En E. Harmon-Jones y J. Mills (Eds.), *Cognitive dissonance: Progress on a pivotal theory in social psychology* (pp. 71-99). Washington: American Psychological Association.
- Harmon-Jones, E. (2000). Cognitive dissonance and experienced negative affect: Evidence that dissonance increases experienced negative affect even in the absence of aversive consequences. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 1490-1501.
- Harmon-Jones, E., Brehm, J. W., Greenberg, J., Simon, L. y Nelson, D. E. (1996). Evidence that the production of aversive consequences is not necessary to create cognitive dissonance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 5-16.
- Harmon-Jones, E. y Harmon-Jones, C. (2002). Testing the action based model of cognitive dissonance. The effect of action orientation on postdecisional attitudes. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 711-723.
- Harmon-Jones, E. y Mills, J. (1999). An introduction to cognitive dissonance theory and an overview of current perspective on the theory. En E. Harmon-Jones y J. Mills (Eds.), *Cognitive dissonance: Progress on a pivotal theory in social psychology* (pp. 3-21). Washington: American Psychological Association.
- Harmon-Jones, E. y Mills, J. (Eds.) (1999). *Cognitive dissonance: Progress on a pivotal theory in social psychology*. Washington: American Psychological Association.
- Harmon-Jones, E., Peterson, H. y Vaughn, K. (2003). The dissonance-inducing effects of an inconsistency between experienced empathy and knowledge of past failures to help: Support for the action-based model of dissonance. *Basic and Applied Social Psychology*, 25, 69-78.

- Harré, R. y Parrott, W. G. (1996). *The emotions: Social, cultural, and biological dimensions*. Londres: Sage.
- Harris, C. R. (2003). A review of sex differences in sexual jealousy, including self-report data, psychophysiological responses, interpersonal violence, and morbid jealousy. *Personality and Social Psychology Review*, 7, 102-128.
- Harris, M. (1997). *Culture, people, nature* (7ª ed.). Nueva York: Addison Wesley.
- Harrison, A. A. y Saeed, L. (1977). Let's make a deal: An analysis of revelations and stipulations in lonely hearts advertisements. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 257-264.
- Hartig, T., Mang, M. y Evans, G. W. (1991). Restorative effects of natural environment experience. *Environment and Behavior*, 23, 3-26.
- Hartig T. y Staats H. (2003). Guest editors' introduction: Restorative environments. *Journal of Environmental Psychology*, 23, 103-107.
- Haselton, M. G. y Buss, D. M. (2000). Error management theory: A new perspective on biases in cross-sex mind reading. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 81-91.
- Haselton, M. G. y Buss, D. M. (2003). Biases in social judgment: Design flaws or design features? En J. Forgas, K. Williams y B. von Hippel (Eds.), *Social judgments: Implicit and explicit processes* (pp. 23-43). Nueva York: Cambridge University Press.
- Haselton, M. G. y Nettle, D. (2006). The paranoid optimist: An integrative evolutionary model of cognitive biases. *Personality and Social Psychology Review*, 10, 47-66.
- Haslam, N. (1997). Four grammars for primate social relations. En J. A. Simpson y D. T. Kenrick (Eds.), *Evolutionary social psychology* (pp. 297-316). Mahwah: L. Erlbaum.
- Haslam, S. A. (1997). Stereotype formation: Beyond illusory correlation. En R. Spears, P. J. Oakes, N. Ellemers y S. A. Haslam (Eds.), *The social psychology of stereotyping and group life* (pp. 144-170). Oxford: Blackwell.
- Haslam, S. A. (2001). *Psychology in organizations: The social identity approach*. Londres: Sage.
- Haslam, S. A., Oakes, P. J., Reynolds, K. J. y Turner, J. C. (1999). Social identity salience and the emergence of stereotype consensus. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, 809-818.
- Haslam, S. A. y Reicher, S. D. (2002). *A study guide to The Experiment —Exploring the psychology of groups and power*. Londres: BBC Worldwide.
- Haslam, S. A. y Reicher, S. D. (2004). Visión crítica de la explicación de la tiranía basada en los roles: pensando más allá del Experimento de la Prisión de Stanford. *Revista de Psicología Social*, 19, 115-122.
- Haslam, S. A. y Turner, J. C. (1992). Context-dependent variation in social stereotyping II: The relationship between frame of reference, self-categorization and accentuation. *European Journal of Social Psychology*, 22, 251-277.
- Haslam, S. A., Turner, J. C., Oakes, P. J., McGarty, C. y Hayes, B. (1992). Context-dependent variation in social stereotyping I: The effects of intergroup relations as mediated by social change and frame of reference. *European Journal of Social Psychology*, 22, 3-20.
- Haslam, S. A., Turner, J. C., Oakes, P. J., McGarty, C. y Reynolds, K. J. (1998). The group as a basis for emergent stereotype consensus. *European Review of Social Psychology*, 8, 203-239.
- Haslam, S. A., Turner, J. C., Oakes, P. J., Reynolds, K. J. y Doosje, B. (2002). From personal pictures in the head to collective tools in the world: How shared stereotypes allow groups to represent and change social reality. En C. McGarty, V. Yzerbyt y R. Spears (Eds.), *Stereotypes as explanations. The formation of meaningful beliefs about social groups* (pp. 157-185). Cambridge: Cambridge University Press.
- Hassan, N. (2002). Mi vida por Alá. *El País*, 17-3-2002.
- Hatfield, E., Cacioppo, J. T. y Rapson, R. L. (1994). *Emotional contagion*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Hatfield, E. y Rapson, R. L. (1996). *Love and sex: Cross-cultural perspectives*. Boston: Allyn & Bacon.
- Hatfield, E. y Spretcher, S. (1986). *Mirror, mirror...: The importance of looks in everyday life*. Albany: SUNY Press.
- Hatfield, E. y Traupmann, J. (1980). Intimate relationships: A perspective from equity theory. En S. Duck y R. Gilmour (Eds.), *Personal relationships I: Studying personal relationships* (pp. 165-178). Nueva York: Academic Press.

- Haugvedt, C. P. y Wegener, D. T. (1994). Message order effects in persuasion: An attitude strength perspective. *Journal of Consumer Research*, 21, 205-218.
- Hawkey, L. C., Burleson, M. H., Bemtson, G. G. y Cacioppo, J. T. (2003). Loneliness in everyday life: Cardiovascular activity, psychosocial context, and health behaviours. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 105-120.
- Hayduk, L. A. (1978). Personal space: An evaluating and orienting overview. *Psychological Bulletin*, 85, 117-134.
- Hayduk, L. A. (1983). Personal space: Where we now stand. *Psychological Bulletin*, 94, 293-335.
- Hayner, P. B. (2002). *Unspeakable truths: Facing the challenge of truth commissions*. Nueva York: Routledge.
- Hazan, C. y Zeifman, D. (1999). Pair bonds as attachments: Evaluating the evidence. En J. Cassidy y P. R. Shaver (Eds.), *Handbook of attachment: Theory, research, and clinical applications* (pp. 336-354). Nueva York: Guilford Press.
- Heaven, P. C. L. (2001). Prejudice and personality: The case of the authoritarian and social dominator. En M. Augoustinos y K. J. Reynolds (Eds.), *Understanding prejudice, racism and social conflict* (pp. 89-106). Londres: Sage.
- Heesacker, M. H., Petty, R. E. y Cacioppo, J. T. (1983). Field dependence and attitude change: Source credibility can alter persuasion by affecting message-relevant thinking. *Journal of Personality*, 51, 653-666.
- Heider, F. (1944). Social perception and phenomenal causality. *Psychological Review*, 51, 358-374.
- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. Nueva York: Wiley.
- Heilman, M. E. (1983). Sex bias in work settings: The lack of fit model. *Research in Organizational Behavior*, 5, 269-298.
- Heilman, M. E. (1995). Sex stereotypes and their effects in the workplace: What we know and what we don't know. *Journal of Social Behavior and Personality*, 10, 3-26.
- Heilman, M. E. (2001). Description and prescription: How gender stereotypes prevent women's ascent up the organizational ladder. *Journal of Social Issues*, 57, 657-674.
- Heine, S. J., Lehman, A. R., Markus, H. R. y Kitayama, S. (1999). Is there a universal need for positive self-regard? *Psychological Review*, 106, 766-794.
- Hellpach, W. (1911). *Geopsyche*. Leipzig: Engelmann.
- Hellpach, W. (1924). *Psychologie der Umwelt*. Berlín: Abderhalden.
- Hendrick, S. y Hendrick, C. (1992). *Romantic love*. Newbury Park: Sage.
- Henri Levy, B. (1995). *La pureza peligrosa*. Madrid: Espasa-Calpe (Original publicado en 1994).
- Herrera, M. (2003a). La construcción de las categorías sociales en un conflicto intergrupar. En J. F. Morales y C. Huici (Dir.), *Estudios de psicología social* (pp. 223-251). Madrid: UNED.
- Herrera, M. (2003b). Constructing social categories and seeking collective influence: Self-categorization and the discursive construction of a conflict. *Revista Internacional de Psicología y Terapia Psicológica*, 3, 27-57.
- Herrera, M. y Alberca, S. (2003). Construcciones de la categoría en los medios de comunicación: un análisis de los argumentos utilizados por la prensa para representar el conflicto de Kosovo. *Encuentros de Psicología* 1, 136-142.
- Herrera, M. y Reicher, S. D. (1998). Making sides and taking sides: An analysis of salient images and category constructions for pro- and anti-Gulf war respondents. *European Journal of Social Psychology*, 28, 981-993.
- Herrera, M. y Reicher, S. D. (2001). Contesting category salience: A study of the perceptions of the sides involved in the Persian Gulf War. *Revista de Psicología Social* 16 (1), 3-20.
- Herrera, M. y Reicher, S. D. (2004). On social category construction and its implication in an armed conflict. Comunicación presentada en el Small Group Meeting de la European Association of Experimental Social Psychology "War and Peace: Social Psychology approaches to armed conflicts and humanitarian issues". Ginebra.
- Hertzog T. R., Maguire C. P. y Nebel M. B. (2003). Assessing the restorative components of environments. *Journal of Environmental Psychology*, 23, 159-170.
- Hervik, P. (1992). Mayan culture: Beyond boundaries. *Ethnos*, 3-4, 181-199.

- Hewstone, M. (1996). Contact and categorization: Social psychological interventions to change intergroup relations. En C. N. Macrae, C. Stangor y M. Hewstone (Eds.), *Stereotypes and stereotyping* (pp. 323-368). Nueva York: Guilford Press.
- Hewstone, M., Rubin, M. y Willes, H. (2002). Intergroup bias. *Annual Review of Psychology*, 53, 1, 575-604.
- Hidalgo, M. C. y Hernández, B. (2001). Place attachment: Conceptual and empirical questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21, 273-281.
- Hidalgo, M. C. y Hernández, B. (2002). Attachment to the physical dimensions of places. *Psychological Reports*, 91, 1177-1182.
- Higgins, E. T. (1990). Personality, social psychology, and cross-situation relations: Standards and knowledge activation as a common language. En L. A. Pervin (Ed.), *Handbook of personality: Theory and research* (pp. 301-338). Nueva York: Guilford Press.
- Hill, C. T., Rubin, Z. y Peplau, L. A. (1976). Breakups before marriage: The end of 103 affairs. *Journal of Social Issues*, 32, 147-168.
- Hilton, J. L. y Darley, J. M. (1991). The effects of interaction goals on person perception. En M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 24, pp. 236-269). Nueva York: Academic Press.
- Hilton, J. L. y von Hippel, W. (1996). Stereotypes. *Annual Review of Psychology*, 47, 237-271.
- Hilton, N. Z., Harris, G. T. y Rice, M. E. (2000). The functions of aggression by male teenagers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 6, 988-994.
- Hinde, R. A. (Ed.) (1983). *Primate social relationships*. Oxford: Blackwell.
- Hinde, R. A. (1987). *Individuals, relationships and culture. Links between ethology and the social sciences*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hinde, R. A. (1997). *Relationships. A dialectical perspective*. Hove: Psychology Press.
- Hobsbawm, E. (1998). *Sobre la historia de Barcelona*. Barcelona: Crítica-Grijalbo.
- Hodges, B. H. (1974). Effect of valence on relative weighting in impression formation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30, 378-381.
- Hodson, G., Hooper, H., Dovidio, J. F. y Gaertner, S. L. (2005). Aversive racism in Britain: The use of inadmissible evidence in legal decisions. *European Journal of Social Psychology*, 35, 437-448.
- Hoffer, E. (1951). *The true believer. Thoughts to the nature of mass movements*. Nueva York: Harper.
- Hoffman, C. y Hurst, N. (1990). Gender stereotypes: Perception or rationalization? *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 197-208.
- Hoffman, M. L. (1978). Physiological and biological perspectives on altruism. *International Journal of Behavioral Development*, 1, 323-339.
- Hoffman, M. L. (1987). The contribution of empathy to justice and moral judgment. En N. Eisenberg y J. Strayer (Eds.), *Empathy and its development* (pp. 47-80). Nueva York: Cambridge University Press (Versión en castellano: La aportación de la empatía a la justicia y al juicio moral. En N. Eisenberg y J. Strayer (Eds.), *La empatía y su desarrollo* (pp. 59-93). Bilbao: Desclée de Brouwer, 1992).
- Hofmann, W., Gawronski, B., Gschwendner, T., Le, H. y Schmitt, M. (2005). A meta-analysis on the correlation between the implicit association test and explicit self-report measures. *Personality and Social Psychological Bulletin*, 31, 10, 1369-1385.
- Hofstede, G. (1999). *Culturas y organizaciones. El software mental*. Madrid: Alianza.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviours, institutions and organisations across nations* (2ª ed.). Thousand Oaks: Sage.
- Hogg, M. A. (2001). A social identity theory of leadership. *Personality and Social Psychology Review*, 5, 184-200.
- Hogg, M. A. y Abrams, D. (1988). *Social identifications. A social psychology of intergroup relations and group processes*. Nueva York: Routledge.

- Hogg, M. A. y Abrams, D. (1993). Toward a single-process uncertainty-reduction model of social motivation in groups. En M. A. Hogg y D. Abrams (Eds.), *Group motivation: Social psychological perspectives*. Nueva York: Harvester-Wheatsheaf.
- Hogg, M. A. y Vaughan, G. M. (1995). *Social psychology: An introduction*. Londres: Prentice Hall/Harvester Wheatsheaf.
- Hollander, E. P. (1978). Applied social psychology: Problems and prospects. Conferencia leída en el XIX Congreso Internacional de Psicología Aplicada. Munich.
- Holmberg, D. y Veroff, J. (1996). Rewriting relationship memories: The effects of courtship and wedding scripts. En G. Fletcher y J. Fitness (Eds.), *Knowledge structure in close relationships: A social psychological approach* (pp. 345-368). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Holmes, J. G. y Murray, S. L. (1996). Interpersonal conflict. En E. T. Higgins y A. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles* (pp. 622-654). Nueva York: Guilford Press.
- Honig, E. y Hershatter, G. (1988). *Personal voices: Chinese women in the 1980s*. Stanford: Stanford University Press.
- Hoorens, V. (1993). Self-enhancement and superiority biases in social comparison. *European Review of Social Psychology*, 4, 113-140.
- Hopkins, N., Regan, M. y Abell, J. (1997). On the context dependence of national stereotypes: Some Scottish data. *British Journal of Social Psychology*, 36, 305-329.
- Hopkins, N. y Reicher, S. (1997). The construction of social categories and processes of social change. En G. Breakwell y E. Lyons (Eds.), *Changing European identities: Social psychological analyses of social change* (pp. 69-93). Londres: Butterworth-Heinemann.
- Horowitz, L. (1979). On the cognitive structure of interpersonal problems treated in psychology. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 47, 5-15.
- Horowitz, L. y French, R. S. (1979). Interpersonal problems of people who describe themselves as lonely. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 47, 762-764.
- Horowitz, M. J. (1976). *Stress response syndromes*. Nueva York: Jacob Aronson.
- Horwitz, A. V., McLaughlin, J. y White, H. R. (1997). How the negative and positive aspects of partner relationships affect the mental health of young married people. *Journal of Health and Social Behaviour*, 39, 124-136.
- House, J. S., Landis, K. R. y Umberson, D. (1988). Social relationships and health. *Science*, 241, 540-545.
- Houston, D. M. y Andreopoulou, A. (2003). Test of both corollaries of social identity theory's self-esteem hypothesis in real group setting. *British Journal of Social Psychology*, 42, 357-370.
- Hovland, C. I., Janis, I. L. y Kelley, H. H. (1953). *Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change*. New Haven: Yale University Press.
- Hovland, C. I., Lumsdaine, A. A. y Sheffield, F. D., (1949). *Studies in social psychology in World War II. Experiments on mass communication*. Princeton: Princeton University Press.
- Hovland, C. I. y Mandell, W. (1952). An experimental comparison of conclusion drawing by the communicator and by the audience. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 47, 581-588.
- Huesmann, L. R. y Eron, L. D. (1986). *Television and the aggressive child: A cross-national comparison*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- Huesmann, L. R. y Guerra, N. G. (1997). Children's normative beliefs about aggression and aggressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 408-419.
- Huesmann, L. R., Moise-Titus, J., Podolski, C. L., Eron, L. D. (2003). Longitudinal relations between children's exposure to TV violence and their aggressive and violent behavior in young adulthood: 1977-1992. *Developmental Psychology*, 39, 2, 201-221.
- Hui, C. H. (1988). Measurement of individualism-collectivism. *Journal of Research in Personality*, 22, 17-36.
- Huici, C. (1984). Individual and social functions of sex-role stereotypes. En H. Tajfel (Ed.), *The social dimension* (Vol. 2, pp. 579-602). Cambridge: Cambridge University Press.

- Huici, C. (1999). Estereotipos. En J. F. Morales y C. Huici (Coords.), *Psicología social* (pp. 73-84). Madrid: McGraw-Hill.
- Huici, C. (1999). Las relaciones entre grupos. En J. F. Morales y C. Huici (Coord.), *Psicología social* (pp. 209-218). Madrid: McGraw-Hill.
- Huici, C. (2004). Decisión en grupos II: El pensamiento de grupo. En C. Huici y J. F. Morales (Dirs.), *Psicología de grupos I. Estructura y procesos* (pp. 325-342). Madrid: UNED.
- Huici, C. y Gómez Berrocal, C. (2004). Las relaciones intergrupales. En C. Huici y J. F. Morales (Dirs.), *Psicología de grupos I. Estructura y procesos* (pp. 369-408). Madrid: UNED.
- Huici, C. y Morales, J. F. (Dirs.) (2004a). *Psicología de grupos I. Estructura y procesos*. Madrid: UNED.
- Huici, C. y Morales, J. F. (Dirs.) (2004b). *Psicología de grupos II. Métodos, técnicas y aplicaciones*. Madrid: UNED.
- Huici, C., Ruiz, M. A. y Moreno, E. (2001). Informe del proyecto financiado por la CAM “Estrategias de mejora de las relaciones intergrupales: empatía y recategorización”. Manuscrito no publicado.
- Humphrey, N. K. (1976). The social function of intellect. En P. P. G. Bateson y R. A. Hinde (Eds.), *Growing points in ethology* (pp. 303-317). Cambridge: Cambridge University Press.
- Hunt, S. (1991). *Constructing collective identity in a peace movement organization*. Tesis doctoral no publicada. University of Nebraska.
- Ibarra, P. (2005). *Manual de sociedad civil y movimientos sociales*. Madrid: Síntesis.
- Ickes, W. y Simpson, J. (1997). Managing empathic accuracy in close relationships. En W. Ickes (Ed.), *Empathic accuracy* (pp. 218-250). Nueva York: Guilford Press.
- Igartúa, J. y Páez, D. (1998). El arte y el recuerdo de hechos traumáticos colectivos: el caso de la Guerra Civil Española. En D. Páez, J. Valencia, J. Pennabaker, B. Rimé, y D. Jodelet (Eds.), *Memoria colectiva de procesos políticos y culturales* (pp. 121-141). Bilbao: Servicios Editoriales de la UPV.
- Ignatieff, M. (1999). *El honor del guerrero. Guerra étnica y conciencia moderna*. Madrid: Taurus.
- Inglehart, R. (1991). *Culture shift in advanced industrial society*. Princeton: Princeton University Press (Versión en castellano: *El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas*. Madrid: CIS).
- Inglehart, R. (1998). *Modernización y post-modernización: El cambio cultural, económico y político en 43 sociedades*. Madrid: CIS/Siglo XXI.
- Inglehart, R. y Baker, W. E. (2000). Modernization, cultural change and the persistence of traditional values. *American Sociological Review*, 65, 19-51.
- Inglehart, R., Basáñez, M., Díez-Medrano, J., Halman, L. y Lijphart, R. (2004). *Human beliefs and values: A cross-cultural sourcebook based on the 1999-2002 values surveys*. México: Siglo XXI.
- Inglehart, R., Basáñez, M. y Moreno, A. (1998). *Human values and beliefs: A cross-cultural sourcebook*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Ingoldsby, B. B. (1995). Mate selection and marriage. En B. B. Ingoldsby y S. Smith (Eds.), *Families in multicultural perspective* (pp. 143-160). Nueva York: Guilford Press.
- Inkeless, A. y Levinson, D. J. (1969). National character: The study of modal personality and sociocultural systems. En G. Lindzey y E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology* (2ª ed., Vol. 4, pp. 418-506). Nueva York: McGraw-Hill.
- Isen, A. M. y Simmonds, S. F. (1978). The effect of feeling good on a helping task that is incompatible with good mood. *Social Psychology*, 41, 346-349.
- Iyengar, S. (1989). How citizens think about national issues: A matter of responsibility. *American Journal of Political Science*, 33, 878-897.
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- Iyengar, S. (1994). Television news and citizen' explanation of national affairs. En D. Graber (Ed.), *Media power in politics* (pp. 139-149). Washington: Congressional Quarterly.

- Iyengar, S. y Kinder, D. (1987). *News that matters: Agenda-setting and priming in a television age*. Chicago: University of Chicago Press.
- Iyengar, S., Peters, M. y Kinder, D. (1982). Experimental demonstrations of the not-so-minimal political consequences of mass media. *American Political Science Review*, 76, 848-858.
- Izard, C. E. (1968). *Differential Emotional Scale*. Tesis Doctoral. Vanderbilt: Vanderbilt University.
- Izard, C. E. (1971). *The face of emotions*. Nueva York: Appleton-Century-Crofts.
- Izard, C. E. (1977). *Human emotions*. Nueva York: Plenum Press.
- Izard, C. E. (1989). The structure and functions of emotions: Implications for cognition, motivation and personality. En I. S. Cohen (Ed.), *The G. Stanley Hall Lecture Series* (Vol. 9, pp. 35-73). Washington: American Psychological Association.
- Izard, C. E. (1991). *The psychology of emotions*. Nueva York: Plenum Press.
- Izard, C. E. (1993). Organizational and motivational functions of discrete emotions. En M. Lewis y J. M. Haviland (Eds.), *Handbook of emotions* (pp. 643-641). Nueva York: Guilford Press.
- Izard, C. E., Kagan, J. y Zajonc, R. B. (1984). *Emotions, cognition and behavior*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jackson, P. (1968). *Life in classrooms*. Nueva York: Holt (Versión en castellano: *La vida en las aulas*. Madrid: Marova, 1975).
- Jacoby, L. L., Kelley, C. M., Brown, J. y Jasechko, J. (1989). Becoming famous overnight: Limits on the ability to avoid unconscious influences of the past. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 326-338.
- Jahoda, G. (1989). *Psychologie et anthropologie*. París: A. Colin.
- James, W. (1890). *The principles of psychology*. Nueva York: Holt (Versión en castellano: *Principios de Psicología*. Buenos Aires: EMECE Editores).
- Janicki, M. G. (2004). Beyond Sociobiology: A kinder and gentler evolutionary view of human nature. En C. Crawford y C. Salmon (Eds.), *Evolutionary psychology, public policy and personal decisions* (pp. 51-72). Mahwah: L. Erlbaum.
- Janis, I. L. (1967). Effects of fear arousal on attitude change: A recent development in theory and experimental research. En L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 3, pp. 166-224). Nueva York: Academic Press.
- Janis, I. L. (1968). Attitude change via role playing. En R. Abelson, E. Aronson, W. M. McGuire, T. Newcomb, M. Rosenberg y P. Tannebaum (Eds.), *Theories of cognitive consistency: A sourcebook*. Chicago: Rand McNally.
- Janis, I. L. y Feshbach, S. (1953). Effects of fear arousing communications. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 48, 78-92.
- Janoff-Bulman, R. (1992). *Shattered assumptions: Towards a new psychology of trauma*. Nueva York: The Free Press.
- Janoff-Bulman, R. (2004). Posttraumatic growth: Three explanatory models. *Psychological Inquiry*, 15, 30-34.
- Jarvis, W. B. G., y Petty, R. E. (1996). The need to evaluate. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 172-194.
- Javaloy, F. (1984). *Introducción al estudio del fanatismo*. Barcelona: Ediciones de la Universidad de Barcelona.
- Javaloy, F. (1987). Espectáculo deportivo y liberación emocional. *Revista de Psiquiatría y Psicología Humanística*, 18, 18-25.
- Javaloy, F. (1988). Sectas y sectarismo de nuestro tiempo. *Revista de Treball Social*, 112, 34-41.
- Javaloy, F. (2003a). Comportamiento colectivo y movimientos sociales: un reto para la psicología social. *Revista de Psicología Social*, 18, 163-206.
- Javaloy, F. (2003b). Grupos y comportamiento colectivo. En J. F. Morales y C. Huici (Dirs.), *Estudios de Psicología Social* (pp. 348-394). Madrid: UNED.
- Javaloy, F. (2004). Globalización psicosocial y movimientos sociales globales. *Encuentros en Psicología Social*, 2 (1), 453-460.

- Javaloy, F. (2005). Fanaticism: A shared passion about an absolute value. Ponencia presentada en el *Simposium "Violence and terrorism"*, en el *9th European Congress of Psychology*. Granada.
- Javaloy, F., Espelt, E. y Cornejo, J. M. (2001). Internet y movimientos sociales: un enfoque psicosocial. *Anuario de Psicología*, 32 (2), 31-37.
- Javaloy, F., Espelt, E. y Rodríguez, A. (2005). Movimiento fundamentalista islámico y terrorismo suicida. Una aproximación psicosocial. Comunicación presentada en el *IX Congreso de Psicología Social*. Universidade da Coruña.
- Javaloy, F., Rodríguez, A. y Espelt, E. (2001). *Comportamiento colectivo y movimientos sociales*. Madrid: Prentice Hall.
- Jedlowski, P. (2000). La sociología y la memoria colectiva. En A. Rosa, G. Bellelli y D. Bakhurst (Eds.), *Memoria colectiva e identidad nacional* (pp. 123-133). Madrid: Biblioteca Nueva.
- Jenkins, B. (1975). International terrorism. A new mode of conflict. En D. Carlton y C. Shaerf (Eds.), *International terrorism and world security*. Londres: Croom Helm.
- Jenkins, J. C. (1981). Resource mobilization theory and the study of social movements. *Annual Review of Sociology*, 9, 527-553.
- Jennes, A. (1932). The recognition of facial expression of emotions. *Psychological Bulletin*, 29, 321-350.
- Jetten, Y., Branscombe, N. R. y Spears, R. (2001). On being peripheral: Effects of identity insecurity on personal and collective self-esteem. *European Journal of Social Psychology*, 32, 105-123.
- Jo, E. y Berkowitz, L. (1996). Análisis del efecto de *priming* sobre la influencia de los medios: una puesta al día. En J. Bryant y D. Zillmann (Comps.), *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías* (pp. 67-88). Barcelona: Paidós.
- Jodelet, D. (1992). Memoire de masse: le cote moral et affectif de l'histoire. *Bulletin de Psychologie*, XLV, 239-256.
- Johnson, D. J. y Rusbult, C. E. (1989). Resisting temptation: Devaluation of alternative partners as a mean of maintaining commitment in close relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 967-980.
- Johnson, D. R., Amoloza, T. y Booth, A. (1992). Stability and developmental change in marital quality: A three-wave panel analysis. *Journal of Marriage and the Family*, 54, 582-594.
- Johnson, J. D., Adams, M. S., Hall, W. y Ashburn, L. (1997). Race, media and violence: Differential racial effects of exposure to violent news stories. *Basic and Applied Social Psychology*, 19, 1, 81-90.
- Johnson-Laird, P. N. y Oatley, K. (1989). The language of emotions: An analysis of a semantic field. *Cognition and Emotion*, 3, 81-123.
- Johnston, H., Laraña, E. y Gusfield, J. L. (1994). Identidades, ideología y vida cotidiana en los nuevos movimientos sociales. En E. Laraña y J. Gusfield (Eds.), *Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad*. Madrid: CIS.
- Jones, E. E. (1985). Major developments in social psychology in the last five decades. En G. Lindzey y E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology* (3ª ed., Vol 1, pp. 47-107). Nueva York: Random House.
- Jones, E. E. (1988). Impression formation: What do people think about? En T. K. Srull y R. S. Wyer (Eds.), *Advances in social cognition* (Vol. 1). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Jones, E. E. y Davis, K. E. (1965). From acts to dispositions: The attribution process in person perception. En L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 2, pp. 219-266). Nueva York: Academic Press.
- Jones, E. E. y Nisbett, R. E. (1972). The actor and the observer: Divergent perceptions of the causes of behaviour. En E. E. Jones, D. E. Kanouse, H. H. Kelley, R. E. Nisbett, S. Valins y B. Weiner (Eds.), *Attribution: Perceiving the causes of behaviour* (pp. 79-94). Morristown: General Learning Press.
- Jones, E. E. y Pittman, T. S. (1982). Toward a general theory of strategic self-presentation. En J. Suls (Ed.), *Psychological perspectives on the self* (Vol. 1, pp. 231-262). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Jones, J. M. (1997). *Prejudice and racism* (2ª ed.). Nueva York: McGraw-Hill.

- Jones, J. T., Pelham, B. W., Carvallo, M. y Mirenberg, M. C. (2004). How do I love thee? Let me count the Js: Implicit egotism and interpersonal attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87, 685-663.
- Jordán, J. (2004). *Profetas del miedo. Aproximación al terrorismo islamista*. Barañáin: EUNSA.
- Jorgenson, D. O. y Dukes, F. O. (1976). Deindividuation as a function of density and group membership. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 24-39.
- Jost, J. T. y Banaji, M. R. (1994). The role of stereotyping in system-justification and the production of false consciousness. *British Journal of Social Psychology*, 33, 1-27.
- Jost, J. T., Burgess, D. y Mosso, D. (2001). Conflicts of legitimation among self, group, and system: The integrative potential of system justification theory. En J. T. Jost y B. Major (Eds.), *The psychology of legitimacy: Emerging perspectives on ideology, justice, and intergroup relations* (pp. 363-388). Cambridge: Cambridge University Press.
- Jost, J. T. y Hunyady, O. (2002). The psychology of system justification and the palliative function of ideology. *European Review of Social Psychology*, 13, 111-153.
- Jost, J. T. y Kay A. C. (2005). Exposure to benevolent sexism and complementary gender stereotypes: Consequences for specific and diffuse forms of system justification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 88, 498-509.
- Jost, J. T., Kivetz, Y., Rubini, M., Guermandi, G. y Mosso, C. (2005). System-justifying functions of complementary regional and ethnic stereotypes: Cross-national evidence. *Social Justice Research*, 18, 305-333.
- Jost, J. T., Mosso, C., Rubini, M. y Guermandi, G. (2000). Datos sin publicar, Universidad de Stanford y Universidad de Bolonia.
- Joule, R. V. (1987). Tobacco deprivation: The foot-in-the-door technique versus the low-ball technique. *European Journal of Social Psychology*, 16, 65-78.
- Joule, R. V. y Azdia, T. (2003). Cognitive dissonance, double forced compliance, and commitment. *European Journal of Social Psychology*, 33, 565-571.
- Joule, R. V. y Beauvois, J. L. (1987). *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Jourard, S. M. (1971). *The transparent self*. Nueva York: Van Nostrand Reinhold.
- Juergensmeyer, M. (2001). *Terrorismo religioso. El auge global de la violencia religiosa*. Madrid: Siglo XXI (Original publicado en 2000).
- Jussim L. y Fleming, C. (1996). Self-fulfilling prophecies and the maintenance of social stereotypes: The role of dyadic interactions and social forces. En C. N. Macrae, C. Stangor y M. Hewstone (Eds.), *Stereotypes and stereotyping* (pp. 161-192). Londres: Guilford Press.
- Jussin, L., Palumbo, P., Chatman, C., Madon, S. y Smith, A. (2000). Stigma and self-fulfilling prophecies. En T. F. Heatherton, R. E. Kleck, M. R. Hebl y J. G. Hull (Eds.), *The social psychology of stigma* (pp. 374-418). Nueva York: Guilford Press.
- Kagitçibasi, Ç. (1994). A critical appraisal of individualism and collectivism: Toward a new formulation. En U. Kim, H. C. Triandis, Ç. Kagitçibasi, S. Choi y G. Yoon (Eds.), *Individualism and collectivism: Theory, methods and applications* (pp. 52-65). Thousand Oaks: Sage.
- Kagitçibasi, Ç. (1996). *Family and human development across cultures: A view from the other side*. Hove: L. Erlbaum.
- Kagitçibasi, Ç. (1997). Individualism and collectivism. En J. W. Berry, M. H. Segall y Ç. Kagitçibasi (Eds.), *Handbook of cross-cultural psychology. Vol. 3.: Social behavior and applications* (pp. 1-44). Boston: Allyn & Bacon.
- Kahneman, D., Slovic, P. y Tversky, A. (1982). *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kallgren, C. A., Reno, R. R. y Cialdini, R. B. (2000). A focus theory of normative conduct: When norms do and do not affect behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 1002-1012.

- Kanter, R. (1972). Commitment and the internal organization of Millennial Movements. *American Behavioral Scientist*, 16, 219-243.
- Kapardis, A. (1997). *Psychology and law*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kaplan, M. F. (1975). Evaluative judgments are based on evaluative information: Evidence against meaning change in evaluative context effects. *Memory and Cognition*, 3, 375-380.
- Kapuscinski, R. (2000). *Ébano*. Madrid: Anagrama.
- Karabenick, S. A. y Knapp, J. R. (1988). Effects of computer privacy on help seeking. *Journal of Applied Social Psychology*, 16, 461-472.
- Kardiner, A. (1939). *The individual and his society*. Nueva York: Columbia University Press.
- Karpinski, A. y Hilton, J. L. (2001). Attitudes and the Implicit Association Test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 774-788.
- Karuzza, J., Jr. y Brickman, P. (1978). Preference for similar and dissimilar others as a function of status. Comunicación presentada en el *Congreso de la Midwestern Psychological Association*, Chicago.
- Katz, D. (1960). The functional approach to the study of attitudes. *Public Opinion Quarterly*, 14, 163-204.
- Katz, D. y Braly, K. W. (1933). Racial stereotypes of one hundred college students. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 28, 280-290.
- Katz, D. y Braly, K. W. (1935). Racial prejudice and racial stereotypes. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 30, 175-193.
- Katz, E. (1959). Mass communication research and the study of culture. *Studies in Public Communication*, 2, 1-6.
- Katz, E., Gurevitch, M. y Haas, H. (1973). On the use of mass media for important things. *American Sociological Review*, 38, 164-181.
- Katz, E. y Lazarsfeld, P. (1955). *Personal influence. The part played by people in the flow of mass communication*. Nueva York: The Free Press.
- Kawakami, K. y Dovidio, J. F. (2001). The reliability of implicit stereotyping. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, 2, 212-225.
- Kelley, H. H. (1967). Attribution theory in social psychology. *Nebraska Symposium on Motivation* (Vol. 15, pp. 192-238). Lincoln: University of Nebraska Press.
- Kelley, H. H. (1972). Causal schemata and the attribution process. En E. E. Jones, D. E. Kanouse, H. H. Kelley, R. E. Nisbett, S. Valins y B. Weiner (Eds.), *Attribution: Perceiving the causes of behavior* (pp. 151-174). Morristown: General Learning Press.
- Kelley, H. H. (1979). *Personal relationships: Their structures and processes*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- Kelley, H. H. y Thibaut, J. W. (1978). *Interpersonal relations: A theory of interdependence*. Nueva York: Wiley-Interscience.
- Kelman, H. (1973). Violence without moral restraint: Reflections on the dehumanization of victims and victimizers. *Journal of Social Issues*, 29, 25-61.
- Kelman, H. C. (1958). Compliance, identification and internalization: Three processes of attitude change. *Journal of Conflict Resolution*, 2, 51-60.
- Kelsey, D. M., Kearney, P., Plax, T. G., Allen, T. H. y Ritter, K. J. (2004). College students' attributions of teacher misbehaviors. *Communication Education*, 53, 1, 40-55.
- Kenny, D. A. (1994). Using the social relations model to understand relationships. En R. Erber y R. Gilmour (Eds.), *Theoretical frameworks for personal relationships* (pp. 111-127). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Kenrick, D. T. y Li, N. (2000). The Darwin is in the details. *American Psychologist*, 55, 1060-1061.
- Kenrick, D. T., Li, N. P. y Butner, J. (2003). Dynamical evolutionary psychology: Individual decision rules and emergent social norms. *Psychological Review*, 110, 3-28.

- Kenrick, D. T. y McFarlane, S. W. (1986). Ambient temperature and horn honking: A field study of the heat/aggression relationship. *Environment and Behavior*, 18, 179-191.
- Kenrick, D. T. y Trost, M. (1989). A reproductive exchange model of heterosexual relationships: Putting proximate economics in ultimate perspective. En C. Hendrick (Ed.), *Close relationships* (pp. 92-118). Newbury Park: Sage.
- Kephart, W. (1967). Some correlates of romantic love. *Journal of Marriage and the Family*, 29, 470-479.
- Kercher, K. (1992). Assessing subjective well-being in the old-old. *Research on Aging*, 14, 131-138.
- Kerckhoff, A. y Back, K. (1968). *The june bug*. Nueva York: Appleton.
- Kershaw, I. (2000). *Hitler 1889-1936*. Barcelona: Península (Original publicado en 1998).
- Keyes, C. L. M. y López, S. J. (2005). Toward a science of mental health. En C. R. Snyder y S. J. López (Eds.), *Handbook of positive psychology* (pp. 45-59). Oxford: Oxford University Press.
- Khleif, B. B. (1979). Insiders, outsiders, and renegades: Toward a classification of ethnolinguistic labels. En H. Giles y B. Saint-Jacques (Eds.), *Language and ethnic relations*. Oxford: Pergamon Press.
- Kidd, R. F. y Saks, M. L. (1980). What is applied social psychology? An introduction. En R. F. Kidd y M. J. Saks (Eds.), *Advances in applied social psychology* (Vol. I, pp. 1-24). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Kielbowicz, R. y Scherer, C. (1986). The role of the press in the dynamics of social movements. *Research in Social Movements, Conflict and Change*, 9, 71-96.
- Kihlstrom, J. F. y Schacter, D. L. (1990). Anaesthesia, amnesia, and the cognitive unconscious. En B. Bonke, W. Fitch, y K. Millar (Eds.), *Memory and awareness in anaesthesia*. Amsterdam: Swets y Zeitlinger.
- Killea, L. A. y Johnson, B. T. (1998). Experimental induction of biased systematic processing: The directed-thought technique. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24, 17-33.
- Killian, L. M. (1976). Los movimientos sociales. En R. Faris (Ed.), *Tratado de sociología. La vida social* (Vol. 3, pp. 461-514). Barcelona: Hispano-Europea (Original publicado en 1964).
- Killian, L. M. (1984). Organization, rationality, and spontaneity in the Civil Rights Movement. *American Sociological Review*, 49, 770-783.
- Kinder, D. y Mebane, W. (1983). Politics and economics in everyday life. En K. Monroe (Ed.), *The political process and economic change* (pp. 38-47). Nueva York: Agathon.
- Kinder, D. R. y Sears, D. O. (1981). Prejudice and politics: Symbolic racism versus racial threats to the good life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40, 414-431.
- Kirkpatrick, L. A. y Davis, K. E. (1994). Attachment style, gender, and relationship stability: A longitudinal analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 502-512.
- Kirkpatrick, L. A. y Hazan, C. (1994). Attachment styles and close relationships: A four-year prospective study. *Personal Relationships*, 1, 123-142.
- Klandermans, B. (1984). Mobilization and participation: Social-psychological expansions of resource mobilization theory. *American Sociological Review*, 49, 583-600.
- Klandermans, B. (1994). La construcción social de la protesta y los campos pluriorganizativos. En E. Laraña y J. Gusfield (Eds.), *Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad* (pp. 183-220). Madrid: CIS.
- Klandermans, B. (1997). *The social psychology of protest*. Cambridge: Blackwell.
- Klandermans, B. y Oegema, D. (1987). Potentials, networks, motivations and barriers: Steps toward participation in social movements. *American Sociological Review*, 52, 519-532.
- Klapper, J. (1974). *Efectos de la comunicación de masas*. Madrid: Aguilar.
- Klein, E. (1984). *Gender politics. From consciousness to mass politics*. Cambridge: Harvard University Press.
- Klinke, C. L. (1986). Gaze and eye contact: A research review. *Psychological Bulletin*, 100, 78-100.
- Klinenberg, E. (2002). *Heat wave: A social autopsy of disaster in Chicago*. Chicago: University of Chicago Press.
- Knapp, M. L. (1978). *Nonverbal communication in human interaction*. Nueva York: Holt, Rinehart & Winston.

- Knauff, B. M. (1991). Violence and sociality in human evolution. *Current Anthropology*, 32, 391-428.
- Knee, C. R. (1998). Implicit theories of relationships: Assessment and prediction of romantic relationship initiation, coping, and longevity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 360-370.
- Knee, C. R., Patrick, H. y Lonsbary, C. (2003). Implicit theories of relationships: Orientations toward evaluation and cultivation. *Personality and Social Psychology Review*, 7, 41-55.
- Knowles, E. S. (1983). Social physics and the effects of others: Tests on the effects of audience size and distance on social judgments and behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 1263-1279.
- Knutson, A. L. (1965). *The individual, society and health behavior*. Nueva York: Russell Sage Foundation.
- Knutson, J. W. (Ed.) (1973). *Handbook of political psychology*. San Francisco: Jossey Bass.
- Köhnken, G. (1996). Social psychology and law. En G. R. Semin y K. Fiedler (Eds.), *Applied social psychology* (pp. 257-281). Thousand Oaks: Sage.
- Kornhauser, W. (1959). *The politics of mass society*. Nueva York: Free Press.
- Korosec-Serfaty, P. (1976). *Appropriation of space. Proceedings of the Strasbourg Conference. IAPC-3*. Strasbourg-Louvaine La Neuve: CIACO.
- Kottak, C. P. (1994). *Antropología*. Madrid: McGraw-Hill.
- Kramarae, C. (1981). *Women and men speaking: Frameworks for analysis*. Rowley: Newbury House.
- Kraut, R. E. y Johnston, R. E. (1979). Social and emotional messages of smiling: An ethological approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 1539-1553.
- Krebs, D. L. y Denton, K. (1997). Social illusions and self-deception: The evolution of biases in person perception. En J. A. Simpson y D. T. Kenrick (Eds.), *Evolutionary social psychology* (pp. 21-47). Mahwah: L. Erlbaum.
- Krebs, D. L. y Janicki, M. (2004). Biological foundations of moral norms. En M. Schaller y C. S. Crandall (Eds.), *The psychological foundations of culture* (pp. 125-148). Mahwah: L. Erlbaum.
- Kretschmer, E. (1954). *Constitución y carácter*. Barcelona: Labor (Original publicado en 1921).
- Kriesberg, L. (1975). *Sociología de los conflictos sociales*. México: Trillas (Original publicado en 1973).
- Kroeber, A. L. y Kluckhohn, C. (1952). *Culture: A critical review of concepts and definitions*. Cambridge: Peabody Museum, Vol. 47, 1.
- Krosnick, J. A. (1988). The role of attitude importance in social evaluation: A study of policy preferences, presidential candidate evaluations, and voting behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 196-210.
- Krosnick, J. A., Betz, A. L., Jussim, L. J. y Lynn, A. R. (1992). Subliminal conditioning of attitudes. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18, 152-162.
- Kruglanski, A. W., Freund, T. y Bar-Tal, D. (1996). Motivational effects in the mere-exposure paradigm. *European Journal of Social Psychology*, 26, 479-499.
- Kruglanski, A. W. y Mayseless, O. (1987). Motivational effects in the social comparisons of opinions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 834-842.
- Kuechler, M. y Dalton, R. J. (1993). Los nuevos movimientos sociales y el orden político, o la posibilidad de que los cambios producidos preparen una estabilidad a largo plazo. En R. J. Dalton y M. Kuechler (Eds.), *Los nuevos movimientos sociales*. Valencia: Edicions Alfons el Magnànim (Original publicado en 1990).
- Kulik, J. A. y Mahler, H. I. M. (1989). Stress and affiliation in a hospital setting: Preoperative roommate preferences. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 15, 183-193.
- Kunda, Z. (1990). The case for motivated reasoning. *Psychological Bulletin*, 108, 480-498.
- Kunda, Z. y Oleson, K. C. (1995). Maintaining stereotypes in the face of disconfirmation: Constructing grounds for subtyping deviants. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 565-579.
- Kunda, Z. y Thagard, P. (1996). Forming impressions from stereotypes, traits, and behaviors: A parallel-constraint-satisfaction theory. *Psychological Review*, 103, 284-308.
- Kunst-Wilson, W. R., y Zajonc, R. B. (1980). Affective discrimination of stimuli that cannot be recognized. *Science*, 207, 557-558.

- Kurdek, L. A. (1998). Developmental changes in marital satisfaction: A 6-year prospective longitudinal study of newlywed couples. En T. N. Bradbury (Ed.), *The developmental course of marital dysfunction* (pp. 180-204). Nueva York: Cambridge University Press.
- La Piere, R. T. (1934). Attitudes versus actions. *Social Forces*, 13, 230-7.
- LaFrance, M. y Hecht, M. A. (1995). Why smiles generates leniency. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 207-214.
- Laland, K. N. y Brown, G. R. (2002). *Sense and nonsense. Evolutionary perspectives on human behaviour*. Oxford: Oxford University Press.
- Lamberth, J. (1980). *Psicología social*. Madrid: Pirámide.
- Landy, D. y Aronson, E. (1969). The influence of the character of the criminal and his victim on the decisions of simulated jurors. *Journal of Experimental Social Psychology*, 5, 141-152.
- Lang, K. y Lang, G. (1961). *Collective dynamics*. Nueva York: Cromwell.
- Lang, K. y Lang, G. (1981). Mass communication and public opinion: Strategies for research. En M. Rosenberg y R. Turner (Eds.), *Social Psychology: Sociological Perspectives* (pp. 653-682). Nueva York: Basic Books.
- Lange, C. G. (1885). *The emotions*. Baltimore: Williams & Wilkins.
- Langfeld, H. S. (1918). The judgment of emotions from facial expressions. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 13, 172-184.
- Langlois, J. H. y Roggman, L. A. (1990). Attractive faces are only average. *Psychological Science*, 1, 115-121.
- Langlois, J. H., Roggman, L. A. y Musselman, L. (1994). What is average and what is not average about attractive faces. *Psychological Science*, 5, 214-220.
- Laraña, E. (1999). *La construcción de los movimientos sociales*. Madrid: Alianza.
- Lasswell, H. (1927). *Propaganda technique in the World War*. Nueva York: Knopf.
- Lasswell, H. (1994). El acto de la comunicación. En M. De Moragas (Ed.), *Sociología de la comunicación de masas* (Vol. 2, pp. 50-68). Barcelona: Gustavo Gili (Original publicado en 1946).
- Laszlo, J. (2003). History, identity and narratives. En J. Laszlo y W. Wagner (Eds.), *Theories and controversies in societal psychology* (pp. 180-192). Budapest: New Mandate Publishers.
- Latané, B. y Darley, J. M. (1970). *The unresponsive bystander: Why doesn't he help?* Nueva York: Appleton Century Crofts.
- Latané, B., Liu, J. H., Nowak, A., Bonevento, M. y Zheng, L. (1995). Distance matters: Physical space and social impact. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 795-805.
- Laurens, S. (2002). La nostalgie dans l'élaboration des souvenirs. En S. Laurens y N. Roussiau (Eds.), *La mémoire sociale* (pp. 259-268). Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- Layard, R. (2005). *Happiness*. Madrid: Taurus.
- Lazarsfeld, P. (1994). The election is over. En M. de Moragas (Ed.), *Sociología de la comunicación de masas* (Vol. 3, p. 20). Barcelona: Gustavo Gili (Original publicado en 1953).
- Lazarsfeld, P., Berelson, B. y Gaudet, H. (1944). *The people's choice*. Nueva York: Columbia University Press.
- Lazarus, R. S. (1966). *Psychological stress and the coping process*. Nueva York: McGraw-Hill.
- Lazarus, R. S. (1982). Thoughts on the relation between emotion and cognition. *American Psychologist*, 37, 1019-1024.
- Lazarus, R. S. (1984). On the primacy of cognition. *American Psychologist*, 39, 124-129.
- Lazarus, R. S. (1991). *Emotion and adaptation*. Nueva York: Oxford University Press.
- Lazarus, R. S. (1994). Appraisal: The long and the short of it. En P. Ekman y R. J. Davidson (Eds.), *The nature of emotion: Fundamental questions* (pp. 208-215). Nueva York: Oxford University Press.
- Lazarus, R. S. (1994). Universal antecedents of the emotions. En P. Ekman y R. J. Davidson (Eds.), *The nature of emotion: Fundamental questions* (pp. 163-171). Nueva York: Oxford University Press.

- Lazarus, R. S. y Cohen, B. (1977). Environmental stress. En I. Altman y J. F. Wohlwill (Eds.), *Human behavior and the environment: Current theory and research* (Vol. 2, pp. 89-127). Nueva York: Plenum Press.
- Lazarus, R. S. y Folkman, S. (1984). *Stress, appraisal and coping*. Nueva York: Springer.
- Leahy, R. L. (1979). Development of conceptions of prosocial behavior: Information affecting rewards given for altruism and kindness. *Developmental Psychology*, 15, 34-37.
- Leary, M. R. y Baumeister, R. F. (2000). The nature and function of self-esteem: Sociometer theory. En M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 32, pp. 1-62). San Diego: Academic Press.
- Leary, M. R., Tambor, E. S., Terdal, S. K. y Downs, D. L. (1995). Self-esteem as an interpersonal monitor: The sociometer hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 518-530.
- LeBon, G. (1897). *The crowd*. Londres: T. Fisher Unwin.
- LeBon, G. (1986). *Psicología de las masas*. Madrid: Morata (Original publicado en 1895).
- Leddo, J., Abelson, R. P. y Gross, P. H. (1984). Conjunctive explanations: When two reasons are better than one. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, 933-943.
- Lee, A. Y. (2001). The mere exposure effect: An uncertainty reduction explanation revisited. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, 1255-1266.
- Lee, J. A. (1973). *Colors of love*. Toronto: New Press.
- Lefkowitz, M., Blake, R. R. y Mouton, J. S. (1955). Status factors in pedestrian violation of traffic signals. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51, 704-706.
- Lensky, G. (1954). Status crystallization: A non-vertical dimension of social status. *American Sociological Review*, 19, 405-413.
- Lepper, M. R., Greene, D. y Nisbett, R. E. (1973). Undermining children's intrinsic interest with extrinsic reward: A test of the "overjustification" hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 28, 129-137.
- Lerner, M. J. (1980). *The belief in a just world: A fundamental delusion*. Nueva York: Plenum Press.
- Leung, K. (1989). Cross-cultural differences: Individual-level vs. culture-level analysis. *International Journal of Psychology*, 24, 703-719.
- Leung, K. y Bond, M. H. (1984). The impact of cultural collectivism on reward allocation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, 793-804.
- Leventhal, H. (1964). A perceptual-motor theory of emotion. En L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 1, pp. 117-182). Nueva York: Academic Press.
- Levine, R., Sato, S., Hashimoto, T. y Verma, J. (1995). Love and marriage in eleven cultures. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 26, 554-571.
- Levinger, G. (1991). Commitment vs. cohesiveness: Two complementary perspectives. En W. Jones y D. Perlman (Eds.), *Advances in personal relationships* (Vol. 3, pp. 145-150). Londres: Kingsley.
- Levinger, G. (1999). Duty toward whom? Reconsidering attractions, barriers, and commitment in a relationship. En W. H. Jones y J. M. Adams (Eds.), *Handbook of interpersonal commitment and relationship stability* (pp. 37-52). Nueva York: Plenum Press.
- Levy, D. A., Collins, B. E. y Nail, P. R. (1999). A new model of interpersonal influence characteristics. *Journal of Social Behavior and Personality*, 13, 715-733.
- Lewin, K. (1917). Kriegslandschaft. *Zeitschrift für Angewandte Psychologie*, 12, 440-447.
- Lewin, K. (1936). *Principles of topological psychology*. Nueva York: McGraw-Hill.
- Lewin, K. (1946). Action research and minority problems. *Journal of Social Issues*, 2, 34-36.
- Lewin, K. (1947). Frontiers in group dynamics: II. Channels of group life. Social planning and action research. *Human Relations*, 1, 143-153.

- Lewin, K. (1947). Group decision and social change. En T. M. Newcomb y E. L. Hartley (Eds.), *Readings in social psychology*. Nueva York: Holt.
- Lewin, K. (1948). *Resolving social conflicts: Selected papers on group dynamics*. Nueva York: Harper & Row.
- Lewin, K. (1952). *Field theory in social science*. Londres: Tavistock. (Versión en castellano: *La teoría del campo en la ciencia social*. Buenos Aires: Paidós, 1978).
- Lewin, K., Lippitt, R. y White, R. K. (1939). Patterns of aggressive behaviour in experimentally created "social climates". *Journal of Social Psychology*, 10, 271-301.
- Lewis, A., Snell, M. y Furnham, A. (1987). Lay explanations for the causes of unemployment in Britain: Economic, individualistic, societal, or fatalistic? *Political Psychology*, 8, 427-439.
- Leyens, J. P., Désert, M., Croizet, J. C. y Darcis, C. (2000). Stereotype threat: Are lower status and history of stigmatization preconditions of stereotype threat? *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 10, 1189-1199.
- Leyens, J. P., Paladino, P. M., Rodríguez-Torres, R., Vaes, J., Demoulin, S., Rodríguez-Pérez, A. y Gaunt, R. (2000). The emotional side of prejudice: The attribution of secondary emotions to ingroups and outgroups. *Personality and Social Psychology Review*, 4, 186-197.
- Liberman, S. y Chaiken, S. (1991). Value conflict and thought-induced attitude change. *Journal of Experimental Social Psychology*, 27, 203-216.
- Lieberman, J. D. (2002). Head over the heart over the head? Cognitive experiential self-theory and extralegal heuristics in juror decision. *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 2526-2553.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 44-53.
- Linville, P. W. (1985). Self-complexity and affective extremity: Don't put all your eggs in one cognitive basket. *Social Cognition*, 3, 94-120.
- Linville, P. W. y Fisher, G. W. (1993). Exemplar and abstraction models of perceived group variability and stereotypicality. *Social Cognition*, 11, 92-115.
- Linville, P. W., Fischer, G. W. y Salovey, P. (1989). Perceived distributions of the characteristics of ingroup and outgroup members: Empirical evidence and a computer simulation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 165-188.
- Lipkus, I. M., Dalbert, C. y Siegler, I. C. (1996). The importance of distinguishing the belief in a just world for self versus others: Implications for psychological well-being. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 666-677.
- Lippman, W. (1922). *Public opinion*. Nueva York: Hartcourt & Brace.
- Little, K. B. (1968). Cultural variations in social schemata. *Journal of Personality and Social Psychology*, 10, 1-7.
- Liu, J. H., Goldstein-Hawes, R., Hilton, D. J., Huang, L. L., Gastardo-Conaco, C., Dresler-Hawke, E., Pittolo, F., Hong, Y. Y., Ward, C., Abraham, S., Kashima, Y., Kashima, E., Ohashi, M., Yuki, M. y Hidaka, Y. (2005). Social representations of events and people in world history across twelve cultures. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 36, 171-191.
- Liu, J. H. y Laszlo, J. (2007). *A narrative theory of history and identity: Literature review and implications for intergroup relations* (manuscrito no publicado).
- Lofland, J. (1981). Collective behavior: The elementary forms. En M. Rosenberg y R. Turner (Eds.), *Social psychology: Sociological perspectives* (pp. 411-446). Nueva York: Basic Books.
- Lofland, J. (1985). *Protest: Studies of collective behavior and social movements*. New Brunswick: Transaction.
- Lofland, J. y Stark, R. (1965). Becoming a world-saver: A theory of conversion to a deviant perspective. *American Sociological Review*, 30, 862-875.
- Lombroso, C. y Ferrero, W. (1895). *The female offender*. Londres: Fischer.
- Lomsky-Feder, E. (2004). Life stories, war and veterans: On the social distribution of memories. *Ethnos*, 32, 82-109.

- Loo, C. (1972). The effects of spatial density on the social behavior of children. *Journal of Applied Social Psychology*, 4, 372-381.
- Lopes, P. N., Brackett, M. A., Nezlek, J. B., Schutz, A., Sellin, I. y Salovey, P. (2004). Emotional intelligence and social interaction. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 1018-1034.
- López Barrio, I., Carles, J. L. y Herranz, K. (1992). The effects of a noise abatement program on attention capacity and ready ability of school children. *Actas del 14º Congreso Internacional de Acústica*. Pekín.
- López Zafra, E. y López-Sáez, M. (2002). Violencia y género: el papel de la variable género y las nuevas formas de discriminación sexual. En M. A. Bel (Comp.), *Etnia y género: la cultura occidental de los últimos tres siglos* (pp. 75-96). Servicio de Publicaciones de la Universidad de Jaén.
- López-Cabanas, M. y Chacón, F. (1997). *Intervención psicosocial y servicios sociales. Un enfoque participativo*. Madrid: Síntesis Psicológica.
- López-Sáez, M. (1994). Procesos culturales e individuales implicados en la estereotipia de género. Una aproximación empírica a la elección de carrera. *Revista de Psicología Social*, 9, 213-230.
- López-Sáez, M. (1995). *La elección de una carrera típicamente femenina o masculina desde una perspectiva psicosocial: la influencia del género*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia-CIDE.
- López-Sáez, M. (2006). Mujeres maltratadas y asesinadas por sus parejas. Violencia ¿de qué género? En E. López-Zafra y M. P. Berrios (Eds.), *La violencia en las relaciones familiares y de pareja*. Madrid: El Lunar.
- López-Sáez, M. y Bustillos, A. (en prensa). Eficacia del uso de tácticas de influencia social en la propaganda de marketing social. *Revista de Psicología Social*.
- López-Sáez, M. y Martínez-Rubio, J. L. (1999). Is the third person effect a mere self-enhancement bias? An analysis in terms of the “primus inter pares” effect. Comunicación presentada en el *12th General Meeting of European Association of Experimental Social Psychology*. Oxford.
- López-Sáez, M., Martínez-Rubio, J. L. y Arias, A. V. (1997). El efecto tercera persona en la campaña electoral. Análisis desde la perspectiva de la conformidad superior del yo. *Revista de Psicología Social*, 12, 153-166.
- López-Sáez, M. y Morales, J. F. (1995). Gender stereotyping in the Spanish population: Looking into the future. En L. Amancio y C. Nogueira (Eds.), *Gender, management and science* (pp. 151-168). Braga: Instituto de Educação e Psicologia.
- Lorenz, K. (1943). Die angeborenen Forme möglicher Erfahrung. *Zeitschrift für Tierpsychologie*, 5, 235-409 (Versión en castellano: *El comportamiento animal y humano*. Barcelona: Plaza y Janés).
- Lorenz, K. (1966). *On aggression*. Nueva York: Harcourt Brace Jovanovich (Versión en castellano: *Sobre la agresión. El pretendido mal*. Madrid: Siglo XXI).
- Losch, M. E. y Cacioppo, J. T. (1990). Cognitive dissonance may enhance sympathetic tonus, but attitude are changed to reduce negative affect rather than arousal. *Journal of Experimental Social Psychology*, 26, 289-304.
- Lucas, R. E., Georgellis, Y., Clark, A. E. y Diener, E. (2003). Reexamining adaptation and the set point model of happiness: Reactions to changes in marital status. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 527-539.
- Lucchelli, F., Muggia, S. y Spinnler, H. (1995). The “Petites Madeleines” phenomenon in two amnesic patients: Sudden recovery of forgotten memories. *Brain*, 118, 1, 167-183.
- Luckey, E. B. y Bain, J. K. (1970). Children: A factor in marital satisfaction. *Journal of Marriage and the Family*, 28, 43-44.
- Luhtanen, R. y Crocker, J. (1992). A collective self-esteem scale: Self-evaluation of one’s social identity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18, 302-318.
- Lujansky, H. y Mikula, G. (1983). Can equity theory explain the quality and the stability of romantic relationships? *British Journal of Social Psychology*, 22, 101-112.
- Lund, F. H. (1925). The psychology of belief. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 20, 23-81.

- Lynn, R. y Martin, T. (1995). National differences for thirty-seven nations in extraversion, neuroticism, psychoticism, and economic, demographic and other correlates. *Personality and Individual Differences*, 19, 403-406.
- Maass, A. y Cadinu, M. (2003). Stereotype threat: When minority members underperform. *European Review of Social Psychology*, 14, 243-275.
- Mackie, D. M., Hamilton, D. L., Susskind, J. y Rosselli, F. (1996). Social psychological foundations of stereotype formation. En C. N. Macrae, C. Stangor y M. Hewstone (Eds.), *Stereotypes and stereotyping* (pp. 41-78). Londres: Guilford Press.
- Macrae, C. N., Bodenhausen, G. V., Milne, A. B. y Jetten, J. (1994). Out of mind but back in sight: Stereotypes on the rebound. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 808-817.
- Macrae, C. N., Hewstone, M. y Griffiths, R. J. (1993). Processing load and memory for stereotype-based information. *European Journal of Social Psychology*, 23, 77-87.
- Macrae, C. N., Hood, B. M., Milne, A. B., Rowe, A. C. y Mason, M. F. (2002). Are you looking at me? Eye gaze and person perception. *Psychological Science*, 13, 460-464.
- Magallares, A. (2006). *El papel de la responsabilidad atribuida, la visibilidad y la justificación ideológica en los estigmas de la obesidad y el SIDA*. Trabajo de investigación para la obtención del Diploma de Estudios Avanzados. Madrid: UNED.
- Maguire, P. (1987). *Doing participatory research: A feminist approach*. Amherst: University of Massachusetts Press.
- Magwaza, A. S. (1999). Assumptive world of traumatized South African adults. *The Journal of Social Psychology*, 139, 622-630.
- Maio, G. R., Bell, D. E., y Esses, V. M. (1996). Ambivalence and persuasion: The processing of messages about immigrant groups. *Journal of Experimental Social Psychology*, 32, 513-536.
- Maio, G. R. y Olson, J. (2000). *Why we evaluate: Functions of attitudes*. Mahwah: L. Erlbaum.
- Major, B. (1994). From social inequality to personal entitlement: The role of social comparisons, legitimacy, appraisals, and group membership. En M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 26, pp. 293-335). Nueva York: Academic Press.
- Major, B., Carrington, P. y Carnevale, P. (1984). Physical attractiveness and self-esteem: Attributions for praise from an other-sex evaluator. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 10, 43-50.
- Major, B. y Eccleston, C. P. (2005). Stigma and social exclusion. En D. Abrams, M. A. Hogg y J. M. Marques (Eds.), *The social psychology of inclusion and exclusion* (pp. 63-88). Nueva York: Psychology Press.
- Major, B., McCoy, S. K., Kaiser, C. R. y Quinton, W. J. (2003). Prejudice and self-esteem: A transactional model. *European Review of Social Psychology*, 14, 77-104.
- Mandler, G. (1985). *Cognitive psychology: An essay in cognitive science*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- Mandler, G., Nakamura, Y. y Van Zandt, B. J. (1987). Nonspecific effects of exposure to stimuli that cannot be recognized. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 13, 646-648.
- Maner, J. K., Kenrick, D. T., Becker, D. V., Delton, A. W., Hofer, B., Wilbur, C. J. y Neuberg, S. L. (2003). Sexually selective cognition: Beauty captures the mind of the beholder. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 1107-1120.
- Marañón, G. (1966). *Ensayos liberales*. Madrid: Espasa Calpe, 6ª ed.
- Marañón, G. (1985). Contribución al estudio de la acción emotiva de la adrenalina. *Estudios de Psicología*, 21, 75-89 (Original publicado en 1924).
- Marcoen, A. y Brumagne, M. (1985). Loneliness among children and young adolescents. *Developmental Psychology*, 21, 1025-1031.
- Marelich, W. D. y Erger, J. S. (2004). *The social psychology of health*. Beverly Hills: Sage.
- Markus, H. R. (2004). President's column: Thinking outside the person. *Dialogue*, 19, 2, 20-32.

- Markus, H. R. y Kitayama, S. (1991). Culture and the self: Implications for cognition, emotion and motivation. *Psychological Review*, 98, 224-253.
- Marques, J., Páez, D., Valencia, J., y Vincze, O. (2006). Effects of group membership on the transmission of negative historical events. *Psicología Política*, 32, 79-105.
- Martín Beristain, C., Giorgia, D., Páez, D., Pérez, P. y Fernández, I. (1999). *Reconstruir el tejido social. Un enfoque crítico de la ayuda humanitaria*. Barcelona: Icaria/Antrazyt.
- Martínez García, M. y García Ramírez, M. (1995). La perspectiva psicosocial en la conceptualización del apoyo social. *Revista de Psicología Social*, 10, 61-74.
- Martínez-Rubio, J. L. y López-Sáez, M. (2000). Análisis del efecto tercera persona y su vinculación con la teoría de la conformidad superior del yo. Comunicación presentada en el *I Congreso Internacional de Doctorandos en Psicología Social*. Barcelona, 8-11 de Febrero de 2000.
- Marx, G. y McAdam, D. (1994). *Collective behavior and social movements: Process and structure*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50, 370-396.
- Maslow, A. H. (1962). *Towards a psychology of being*. Princeton: Van Nostrand.
- Mason, M. F., Tatkov, E. P. y Macrae, N. (2005). The look of love gaze shifts and person perception. *Psychological Science*, 16, 236-239.
- Mathes, E. W., Adams, H. E. y Davies, R. M. (1985). Jealousy: Loss of relationship rewards, loss of self-esteem, depression, anxiety and anger. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48, 1552-1561.
- Matsumoto, D. (2000). *Culture and psychology. People around the world*. Wadsworth: Thomson Learning.
- Mayer, J. D., Salovey, P. y Caruso, D. R. (2002). *Mayer-Salovey-Caruso Emotional Intelligence Test (MSCEIT) Item Booklet*. Toronto: MHS Publishers.
- Mayo, J. L. y La France, M. (1980). Toward an aplicable social psychology. En R. F. Kidd y M. J. Saks (Eds.), *Advances in applied social psychology* (Vol. 1, pp. 81-96). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Mazzella, R. y Feingold, A. (1994). The effects of physical attractiveness, race, socioeconomic status, and gender of defendants and victims on judgments of mock jurors: A meta-analysis. *Journal of Applied Social Psychology*, 24, 1315-1344.
- McAdam, D. (1982). *Political process and the development of Black insurgency: 1930-1970*. Chicago: University of Chicago Press.
- McAdam, D. (1994). Cultura y movimientos sociales. En E. Laraña y J. Gusfield (Eds.), *Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad*. Madrid: CIS.
- McAdam, D., McCarthy, J. D. y Zald, M. N. (1988). Social movements. En N. Smelser (Ed.), *Handbook of sociology*. Newbury Park: Sage.
- McAdam, D. y Snow, D. (Eds.) (1997). *Social movements: Readings on their emergence, mobilization and dynamics*. Los Angeles: Roxbury.
- McAndrew, F. T. (Ed.) (1993). *Environmental psychology*. Pacific Grove: Brooks/Cole.
- McAndrew, F. T. (2002). New evolutionary perspectives on altruism: Multilevel selection and costly signalling theories. *Current Directions in Psychological Science*, 11, 79-82.
- McCarthy, J. y Zald, M. (1973). *The trend of social movements in America: Professionalization and resource mobilization*. Morristown: General Learning Press.
- McCauley, C., Stitt, C. L. y Segal, M. (1980). Stereotyping: From prejudice to prediction. *Psychological Bulletin*, 87, 195-208.
- McCombs, M. y Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- McConahay, J. B. (1986). Modern racism, ambivalence and the modern racism scale. En J. F. Dovidio y S. L. Gaertner (Eds.), *Prejudice, discrimination and racism* (pp. 91-124). Nueva York: Academic Press.

- McConnell, A. R., Sherman, S. J. y Hamilton, D. L. (1994). Illusory correlation in the perception of groups: An extension of the distinctiveness-based account. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 414-429.
- McCord, J. (1983). A forty-year perspective on effects of child abuse and neglect. *Child Abuse and Neglect*, 7, 265-70.
- McCord, J. (1991). The circle of crime and socialization practices. *The Journal of Criminal Law and Criminology*, 82, 211-228.
- McDonald, T. K. y Zanna M. P. (1998). Cross-dimension ambivalence toward social groups: Can ambivalence affect intentions to hire feminist? *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24, 427-441.
- McDougall, W. (1908). *Introduction to social psychology*. Londres: Methuen.
- McDougall, W. (1920). *The group mind*. Nueva York: Putnam.
- McFarland, C. y Ross, M. (1987). The relation between current impressions and memories of self and dating partners. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 13, 228-238.
- McGarty, C. (2002). Stereotype formation as category information. En C. McGarty, V. Yzerbyt y R. Spears (Eds.), *Stereotypes as explanations. The formation of meaningful beliefs about social groups* (pp. 16-37). Cambridge: Cambridge University Press.
- McGarty, C., Haslam, S. A., Turner, J. C. y Oakes, P. J. (1993). Illusory correlation as accentuation of actual intercategory difference: Evidence for the effect with minimal stimulus information. *European Journal of Social Psychology*, 23, 391-410.
- McGarty, C., Yzerbyt, V. y Spears, R. (2002a). *Stereotypes as explanations. The formation of meaningful beliefs about social groups*. Cambridge: Cambridge University Press.
- McGarty, C., Yzerbyt, V. y Spears, R. (2002b). Social, cultural and cognitive factors in stereotype formation. En C. McGarty, V. Yzerbyt y R. Spears (Eds.), *Stereotypes as explanations. The formation of meaningful beliefs about social groups* (pp. 1-15). Cambridge: Cambridge University Press.
- McGraw, K., Lodge, M. y Strohm, P. (1990). Order effects in the evaluation of political candidates. *Political Behaviour*, 12, 41-58.
- McGregor, I., Newby-Clark, I. R. y Zanna, M. P. (1999). "Remembering" dissonance simultaneous accessibility of inconsistent cognitive elements moderates epistemic discomfort. En E. Harmon-Jones y J. Mills (Eds.), *Cognitive dissonance: Progress on a pivotal theory in social psychology* (pp. 325-353). Washington: American Psychological Association.
- McGuire, W. J. (1964). Inducing resistance to persuasion: Some contemporary approaches. En L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 1, pp. 129-229). San Diego: Academic Press.
- McGuire, W. J. (1969). The nature of attitudes and attitude change. En G. Lindzey y E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology* (2ª ed., Vol. 3, pp. 136-314). Reading: Addison-Wesley.
- McGuire, W. J. (1983). A contextualist theory of knowledge: Its implications for innovation and reform in psychological research. En L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 16, pp. 1-47). Nueva York: Academic Press.
- McGuire, W. J. (1985). Attitudes and attitude change. En G. Lindzey y E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology* (3ª ed., Vol. 2, pp. 233-346). Nueva York: Random House.
- McLeod, J. y Becker, L. (1974). Testing the validity of gratification measures through political effects analysis. En J. Blumler y E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratification research* (pp. 137-164). Beverly Hills: Sage.
- McLeod, J., Kosicki, G. y McLeod, D. (1996). Expansión de los efectos de comunicación política. En J. Bryant y D. Zillmann (Comps.), *Los efectos de los medios de comunicación* (pp. 169-222). Barcelona: Paidós.
- McMillen, J. C., Smith, E. M. y Fisher, R. H. (1997). Perceived benefit and mental health after three types of disaster. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 65 (5), 733-739.
- McQuail, D. (1991). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós (Original publicado en 1983).

- McWhinter, B. T. (1990). Loneliness: A review of current literature with implications for counselling and research. *Journal of Counselling and Development*, 68, 417-423.
- Medora, N. y Woodward, J. C. (1986). Loneliness among adolescent college students at a Midwestern university. *Adolescence*, 21, 391-402.
- Medvec, V. H., Madey, S. y Gilovich, T. (1995). When less is more: Counterfactual thinking and satisfaction among Olympic medal winners. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 603-610.
- Meertens, R. W. y Pettigrew, T. F. (1992). Le racisme voilé: dimensions et mesure. En M. Wiewiorka (Dir.), *Racisme et modernité* (pp. 109-126). París: La Découverte.
- Mehrabian A. y Epstein N. (1972). A measure of emotional empathy. *Journal of Personality*, 40, 525-543.
- Melucci, A. (1980). The new social movements: A theoretical approach. *Social Science Information*, 19, 2.
- Melucci, A. (1985). The symbolic challenge of contemporary movements. *Social Research*, 52, 789-816.
- Melucci, A. (1989). *Nomads of the present: Social movements and individual needs in contemporary society*. Londres: Hutchinson Radins.
- Melucci, A. (1996). *Challenging codes*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Melucci, A. (2001). *Vivencia y convivencia. Teoría social para una era de la información* (Edición a cargo de J. Casquette). Madrid: Trotta.
- Mendoza, R., Páez, D., Marques, J., Techio, E. y Espinosa, A. (2005). Control social subjetivo y valores culturales: Estudio transcultural experimental sobre el efecto Oveja negra y un estudio de campo sobre el 11-M. *Revista de Psicología Social*, 20 (3), 289-300.
- Merton, R. K. (1948). The self-fulfilling prophecy. *Antioch Review*, 8, 193-210.
- Merton, R. K. (1976): *Introduction. The Sociology of social problems*. En R. K. Merton y R. A. Nisbet (Eds.), *Contemporary social problems* (pp. 3-43). Nueva York: Harcourt Brace.
- Meyer, J. y Allen, N. (1991). A three component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1, 61-89.
- Mezulis, A. M., Abramson, L. Y., Hyde, J. S. y Hankin, B. J. (2004). Is there a universal positivity bias in attributions? A meta-analytic review of individual, developmental, and cultural differences in the self-serving attributional bias. *Psychological Bulletin*, 130, 711-747.
- Micheleni, R. L. y Snodgrass, S. R. (1980). Defendant characteristics and juridic decisions. *Journal of Research in Personality*, 14, 340-350.
- Michener, H., Delamater, J. y Schwartz, S. (1986). Collective behavior and social movements. En H. Michener, J. Delamater y S. Schwartz (Eds.), *Social psychology*. San Diego: Harcourt Brace Jovanovich.
- Michener, H., Delamater, J., Schwartz, S. y Merton, R. K. (1990). *Social psychology* (2ª ed.). San Diego: Harcourt Brace Jovanovich.
- Middlemist, R. D., Knowles, E. S. y Matter, C. F. (1976). Personal space invasions in the lavatory: Suggestive evidence for arousal. *Journal of Personality and Social Psychology*, 33, 541- 546.
- Mikkelsen, E. G. y Einarsen, E. (2002). Basic assumptions and symptoms of post-traumatic stress among victims of bullying at work. *European Journal of Work and Organisational Psychology*, 11, 87-11.
- Mikulincer, M., Florian, V. y Hirschberger, G. (2003). The existential function of close relationships: Introducing death into the science of love. *Personality and Social Psychology Review*, 7, 20-40.
- Milburn, M. (1991). *Persuasion and politics. The social psychology of public opinion*. Belmont: Brooks/Cole.
- Milgram, S. (1974). *Obedience to authority*. Nueva York: Harper & Row (Versión en castellano: *Obediencia a la autoridad*. Barcelona: Desclée de Brouver, 1980).
- Milgram, S. y Toch, H. (1969). Collective behavior: Crowds and social movements. En G. Lindzey y E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology* (2ª ed.). Cambridge: Addison-Wesley.
- Millar, K. (1987). Assessment of memory for anaesthesia. En I. Hindmarch, J. C. Jones, y E. Moss (Eds.), *Aspects of recovery from anaesthesia* (pp. 75-91). Nueva York: Wiley.

- Millar, M. G. y Millar, K. U. (1990). Attitude change as a function of attitude type and argument type. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 217-228.
- Miller, A. G. (1982). Historical and contemporary perspectives on stereotyping. En A. G. Miller (Ed.), *In the eye of the beholder: Contemporary issues in stereotyping* (pp. 1-40). Nueva York: Praeger.
- Miller, C. T. y Downey, L. T. (1999). A meta-analysis of heavyweight and self-esteem. *Personality and Social Psychology Review*, 3, 68-84.
- Miller, D. R. (1963). The study of social relationships: Situation, identity and social interaction. En S. Koch (Ed.), *Psychology: A study of a science* (vol. 5, pp. 639-735). Nueva York: McGraw-Hill.
- Miller, D. T. y Ratner, R. K. (1998). The disparity between the actual and assumed power of self-interest. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 53-62.
- Miller, J. G. y Luthar, S. (1989). Issues of interpersonal responsibility and accountability: A comparison of Indians' and Americans' moral judgments. *Social Cognition*, 7, 237-261.
- Miller, L. C. y Kenny, D. A. (1986). Reciprocity of self-disclosure at the individual and dyadic levels: A social relations analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 713-719.
- Miller, N. y Campbell, D. (1959). Recency and primacy in persuasion as a function of the timing of speeches and measurements. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 59, 1-9.
- Mills, J. (1999). Improving the 1957 version of dissonance theory. En E. Harmon-Jones y J. Mills (Eds.), *Cognitive dissonance: Progress on a pivotal theory in social psychology* (pp. 25-42). Washington: American Psychological Association.
- Minard, R. D. (1952). Race relations in the Pocahontas Coal Field. *Journal of Social Issues*, 8, 29-44.
- Miranda, F. S. B., Caballero, R. B., Gómez, M. N. G. y Zamorano, M. A. G. (1981). Obediencia a la autoridad. *Psiquis*, 2, 212-221.
- Molero, F. (2004). Cohesión grupal. En C. Huici y J. F. Morales (Dirs.), *Psicología de grupos I. Estructura y procesos* (pp. 229-252). Madrid: UNED.
- Molero, F. (2004). El liderazgo. En C. Huici y J. F. Morales (Dirs.), *Psicología de grupos I. Estructura y procesos* (pp. 141-169). Madrid: UNED.
- Molero, F., Cuadrado, I. y Navas, M. S. (2003). Las nuevas expresiones del prejuicio racial: aspectos teóricos y empíricos. En J. F. Morales y C. Huici (Dirs.), *Estudios de psicología social* (pp. 83-113). Madrid: UNED.
- Molero, F., Navas, M. y Morales, J. F. (2001). Inmigración, prejuicio y exclusión social: reflexiones en torno a algunos datos de la realidad española. *Revista Internacional de Psicología y Terapia Psicológica*, 1, 1, 11-32.
- Moliner, M. (1983). *Diccionario de uso del español*. Madrid: Gredos.
- Molleman, E., Pruyn, J. y van Knippenberg, A. (1986). Social comparison processes among cancer patients. *British Journal of Social Psychology*, 25, 1-13.
- Monteith, M. J. (1993). Self-regulation of prejudiced responses: Implications for progress in prejudice reduction efforts. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 469-485.
- Moore, D. L., Hausknecht, D. y Thamaodaran, K. (1986). Time compression, response opportunity, and persuasion. *Journal of Consumer Research*, 13, 85-99.
- Moore, G. (1987). Environment and behavior research in North America: History, developments, and unresolved issues. En D. Stokols e I. Altman (Eds.), *Handbook of environmental psychology* (Vol. 2, pp. 1371-1410). Nueva York: Wiley.
- Morales, J. F. (1984). Hacia un modelo integrado de psicología social aplicada. En J. R. Torregrosa y E. Crespo (Comp.), *Estudios básicos de psicología social* (pp. 701-723). Barcelona: HORA-CIS.
- Morales, J. F. (2000). Individualismo y psicología social. *Revista de Psicología General y Aplicada*, 53, 223-240.
- Morales, J. F. (2003). El estudio de la exclusión social en la psicología social. En J. F. Morales y C. Huici (Dirs.), *Estudios de psicología social* (pp. 509-538). Madrid: UNED.

- Morales, J. F. y Arias, A. V. (1999). Agresión. En J. F. Morales y C. Huici (Coords.), *Psicología social* (pp. 119-130). Madrid: McGraw-Hill.
- Morales, J. F., Blanco, A., Huici, C. y Fernández Dols, J. M. (Eds.) (1985). *Psicología social aplicada*. Bilbao: Desclee de Brouwer.
- Morales, J. F. y Cuadrado, I. (2004). Introducción: Teoría de congruencia de rol del prejuicio hacia líderes femeninos. *Revista de Psicología General y Aplicada*, 57, 135-146 (Número monográfico: "La psicología y el acceso de la mujer a la función directiva" - Coordinadores: J. Francisco Morales e Isabel Cuadrado).
- Morales, J. F., López, M. y Vega, L. (1992). Individualismo, colectivismo e identidad social. *Revista de Psicología Social, Monográfico*, 49-52.
- Morales, J. F. y Moya, M. C. (1994). Agresión. En J. F. Morales, M. C. Moya, E. Reboloso, J. M. Fernández-Dols, C. Huici, J. Marques, D. Páez y J. A. Pérez (Coords.), *Psicología social* (pp. 465-491). Madrid: McGraw-Hill.
- Morales, J. F. y Navas Luque, M. S. (2004). El conflicto en los grupos. En C. Huici y J. F. Morales (Dirs.), *Psicología de grupos I. Estructura y procesos* (pp. 343-368). Madrid: UNED.
- Moreland, R. L. y Beach, S. R. (1992). Exposure effects in the classroom: The development of affinity among students. *Journal of Experimental Social Psychology*, 28, 255-276.
- Moreland, R. L. y Zajonc, R. B. (1982). Exposure effects in person perception: Familiarity, similarity and attraction. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1, 395-415.
- Morling, B., Kitayama, S. y Miyamoto, Y. (2003). American and Japanese women use different coping strategies during normal pregnancy. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29, 1479-1493.
- Morrison, A. M., White, R. P. y Van Velsor, E. (1987). *Breaking the glass ceiling*. Reading: Addison-Wesley.
- Moscovici, S. (1981). *Psicología de las minorías activas*. Madrid: Morata (Original publicado en 1976).
- Moscovici, S. (1985). *La era de las multitudes. Un tratado histórico de psicología de masas*. México: FCE (Original publicado en 1981).
- Moya, M. C. (1990). Favoritismo endogrupal y discriminación exogrupal en la percepción de las características sexo-estereotipadas. En G. Musitu (Comp.), *Procesos psicosociales básicos* (pp. 221-227). Barcelona: PPU.
- Moya, M. C. (1993). Categorías de género: Consecuencias cognitivas sobre la identidad. *Revista de Psicología Social*, 8, 171-187.
- Moya, M. C. (2003). El análisis psicosocial del género. En J. F. Morales y C. Huici (Dirs.), *Estudios de Psicología Social* (pp. 175-222). Madrid: UNED.
- Moya, M. C. y Expósito, F. (1998). La experiencia de la soledad. En R. A. Baron y D. Byrne, *Psicología social* (8ª ed., pp. 290-294). Madrid: Prentice Hall.
- Moya, M. C. y Morales, J. F. (1988). Panorama histórico de la psicología política. En J. Seoane y A. Rodríguez (Coords.), *Psicología política* (pp. 36-5). Madrid: Pirámide.
- Moya, M. C. y Pérez, C. (1990). Nuevas perspectivas en el estudio de los estereotipos de género. En P. Valcárcel y J. L. Meliá (Eds.), *Métodos y técnicas de intervención* (pp. 49-60). Barcelona: PPU.
- Mullen, B. (2001). Ethnophaulisms for ethnic immigrant groups. *Journal of Social Issues*, 57, 457-475.
- Mullen, B. (2004). Sticks and stones can break my bones, but ethnophaulisms can alter the portrayal of immigrants to children. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 250-260.
- Mullen, B. y Johnson, C. (1993). Cognitive representations in ethnophaulisms as a function of group size: The phenomenology of being in a group. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 19, 296-304.
- Mullen, B. y Rice, D. R. (2003). Ethnophaulisms and exclusion: The behavioral consequences of cognitive representation of ethnic immigrant groups. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29, 1056-1067.
- Mullen, B. y Riordan, C. A. (1988). Self-serving attributions for performance in naturalistic settings: A meta-analytic review. *Journal of Applied Social Psychology*, 18, 3-22.

- Muncer, S. J. y Campbell, A. (2000). Comments on "Sex differences in beliefs about aggression: Opponent's sex and the form of aggression" by J. Archer and A. Haigh. *British Journal of Social Psychology*, 39, 309-311.
- Murphy, S. T. y Zajonc, R. B. (1993). Affect, cognition, and awareness: Affective priming with optimal and suboptimal stimulus exposures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 723-739.
- Murray, H. A. (1955). Types of human needs. En D. C. McClelland (Ed.), *Studies in motivation* (pp. 63-70). Nueva York: Appleton-Century-Crofts.
- Murray, S. L. y Holmes, J. G. (1997). A leap of faith? Positive illusions in romantic relationships. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23, 586-604.
- Murray, S. L., Holmes, J. G. y Griffin, D. W. (1996a). The benefits of positive illusions: Idealization and the construction of satisfaction in close relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 79-98.
- Murray, S. L., Holmes, J. G. y Griffin, D. W. (1996b). The self-fulfilling nature of positive illusions in romantic relationships: Love is not blind, but prescient. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 1155-1180.
- Mussweiler, T. y Förster, J. (2000). The sex-aggression link: A perception-behavior dissociation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 4, 507-532.
- Myers, D. G. (1995). *Psicología social* (4ª ed.). Madrid: McGraw-Hill.
- Nadler, A. (1991). Help-seeking behavior: Psychological costs and instrumental benefits. En M. S. Clark (Ed.), *Review of personality and social psychology*. Vol. 12: *Prosocial behavior* (pp. 290-311). Newbury Park: Sage.
- Nadler, A. (2002). Inter-group helping relations as power relations: Maintaining or challenging social dominance between groups through helping. *Journal of Social Issues*, 58, 487-502.
- Nadler, A., Fisher, J. D., y Ben-Itzhak, S. (1983). With a little help from my friend: Effect of single or multiple act aid as a function of donor and task characteristics. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 310-321.
- Nagin, D. y Tremblay, R. E. (1999). Trajectories of boys' physical aggression, opposition, and hyperactivity on the path to physically violent and non violent juvenile delinquency. *Child Development*, 70, 1181-1196.
- Natale, S. M. (1986). Loneliness and the aging client. Psychotherapeutic considerations. En S. M. Natale (Ed.), *Psychotherapy and the lonely patient* (pp. 77-94). Nueva York: Haworth.
- Navas, M. (1998). Nuevos instrumentos de medida para el nuevo racismo. *Revista de Psicología Social*, 13 (2), 233-239.
- Navas, M., Pumares, P., Sánchez, J., García, M. C., Rojas, A., Cuadrado, I., Asensio, M. y Fernández, J. S. (2004). *Estrategias y actitudes de aculturación: la perspectiva de los inmigrantes y de los autóctonos en Almería*. Sevilla: Junta de Andalucía.
- Nemeroff, C. B. y cols. (en prensa). Post-traumatic stress disorder: A state-of-science review. *Journal of Psychiatric Research*.
- Neto, F. y Barros, J. (2000). Psychosocial concomitants of loneliness among students of Cape Verde and Portugal. *Journal of Psychology*, 134, 503-514.
- Neuberg, S. L. y Cottrell, C. A. (2002). Intergroup emotions: A sociofunctional approach. En D. M. Mackie y E. R. Smith (Eds.), *From prejudice to intergroup relations: Differentiated reactions to social groups* (pp. 265-283). Nueva York: Psychology Press.
- Neuberg, S. L. y Cottrell, C. A. (2006). Evolutionary bases of prejudices. En M. Schaller, J. A. Simpson y D. T. Kenrick (Eds.), *Evolution and social psychology* (pp. 163-187). Nueva York: Psychology Press.
- Neuberg, S. L., Smith, D. M. y Asher, T. (2000). Why people stigmatise: Toward a biocultural framework. En T. F. Heatherton, R. E. Kleck, M. R. Helb y J. G. Hull (Eds.), *The social psychology of stigma* (pp. 31-61). Londres: Guilford Press.
- Neuhoff, J. G. (2001). An adaptive bias in the perception of looming auditory motion. *Ecological Psychology*, 13, 87-110.

- Newby-Clark, I. R., McGregor, I. y Zanna, M. P. (2002). Thinking and caring about inconsistency: When and for whom does attitudinal ambivalence feel uncomfortable? *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 157-166.
- Newcomb, T. M. (1951). Social psychological theory: Integrating individual and social approaches. En J. Rohrer y M. Sherif (Eds.), *Social psychology and the crossroads*. Nueva York: Harper.
- Newcomb, T. M. (1956). The prediction of interpersonal attraction. *American Psychologist*, 11, 575-587.
- Newcomb, T. M. (1961). *The acquaintance process*. Nueva York: Holt, Rinehart & Winston.
- Newell, P. B. (1994). A systems model of privacy. *Journal of Environmental Psychology*, 14, 65-78.
- Newell, P. B. (1995). Perspectives on privacy. *Journal of Environmental Psychology*, 15, 87-104.
- Newman, O. (1972). *Defensible space*. Nueva York: Macmillan.
- Ney, P., Fung, T. y Wickett, A. (1994). The worst combinations of child abuse and neglect. *Child Abuse and Neglect*, 18, 705-714.
- Ng, S. H. (2001). Influencing through the power of language. En J. P. Forgas y K. D. Williams (Eds.), *Social influence. Direct and indirect processes* (pp. 185-197). Filadelfia, Psychology Press.
- Niedenthal, P. M., Barsalou, L. W., Winkelman, P., Krauth-Gruber, S. y Ric, F. (2005). Embodiment in attitudes, social perception and emotion. *Personality and Social Psychology Review*, 9, 184-211.
- Niedenthal, P. M., Brauer, M., Halberstadt, J. B. y Innes-Ker, A. H. (2001). When did her smile drop? Facial mimicry and the influences of emotional state on the detection of change in emotional expression. *Cognition and Emotion*, 15, 853-864.
- Niemeyer, R. A. (2002). *Aprender de la pérdida*. Barcelona: Paidós.
- Nier, J. A. (2005). How dissociated are implicit and explicit racial attitudes? A bogus pipeline approach. *Group Processes and Intergroup Relations*, 8, 1, 39-52.
- Nieva, V. F. y Gutek, A. (1981). *Women and work: A psychological perspective*. Nueva York: Praeger.
- Nisbett, R. E. (1993). Violence and U.S. regional culture. *American Psychologist*, 48, 441-449.
- Nisbett, R. E. y Cohen, D. (1996). *Culture of honor*. Boulder: Westview Press.
- Nisbett, R. E., y Wilson, T. D. (1977). Telling more than we can know: Verbal reports on mental processes. *Psychological Review*, 84, 231-259.
- Noelle-Neumann, E. (1978). *L'influence des mass media*. Allensbach: Etudes de radio-television.
- Noelle-Newman, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós (Original publicado en 1984).
- Nolen-Hoeksema, S. y Davis, C. G. (2005). Positive responses to loss: Perceiving benefits and growth. En C. R. Snyder y S. J. López (Eds.), *Handbook of positive psychology* (pp. 598-603). Oxford: Oxford University Press.
- Noller, P. y Ruzzene, M. (1991). Communication in marriage: The influence of affect and cognition. En G. J. O. Fletcher y F. Fincham (Eds.), *Cognition in close relationships* (pp. 203-233). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Norris, F. H. (1992). Epidemiology of trauma: Frequency and impact of different potential traumatic events on different demographic groups. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 60, 409-418.
- Novak, D. W. y Lerner, M. J. (1968). Rejection as a consequence of perceived similarity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9, 147-152.
- Novalés, F. (1989). *El tazón de hierro*. Barcelona: Crítica.
- O'Brien, L. T. (2005). Social psychology, social class, and Hurricane Katrina. *Dialogue*, 20, 2, 25-34.
- O'Toole, R. (1975). Sectarism in politics. Case studies of maoists and leninists. En P. Wallis (Ed.), *Sectarism: Analysis of religious and non-religious sects*. Nueva York: Wiley.
- Oakes, P. J. (1987). The salience of social categories. In J. C. Turner, M. A. Hogg, P. J. Oakes, S. Reicher y M. S. Wetherell (Eds.), *Rediscovering the social group: A self-categorization theory* (pp. 117-141). Oxford: Blackwell.
- Oakes, P. J., Haslam, S. A. y Turner, J. C. (1994). *Stereotyping and social reality*. Oxford: Blackwell.

- Oakes, P. J. y Turner, J. C. (1986). Distinctiveness and the salience of social category membership: Is there an automatic perceptual bias towards novelty? *European Journal of Social Psychology*, 16, 325-344.
- Oakes, P. J. y Turner, J. C. (1990). Is limited information-processing capacity the cause of social stereotyping? *European Review of Social Psychology*, 1, 111-135.
- Oakes, P. J., Turner, J. C. y Haslam, S. A. (1991). Perceiving people as group members: The role of fit in the salience of social categorizations. *British Journal of Social Psychology*, 30, 125-44.
- Oberschall, A. (1973). *Social conflict and social movements*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Oberschall, A. (1980). Loosely structured collective conflict: A theory and an application. En L. Kriesberg (Ed.), *Research in social movements, conflict, and change*. Greenwich: JAI Press.
- Offe, C. (1990). *Partidos políticos y nuevos movimientos sociales*. Madrid: Sistema.
- Ogden, S. R. y Bradburn, N. M. (1968). Dimensions of marriage happiness. *American Journal of Sociology*, 73, 715-731.
- Oishi, S., Diener, E., Lucas, R. E. y Suh, E. M. (1999). Cross-cultural variations in predictors of life satisfaction. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, 980-990.
- Oleson, K. C., Poehlmann, K. M., Yost, J. H., Lynch, M. E. y Arkin, R. M. (2000). Subjective overachievement: Individual differences in self-doubt and concern with performance. *Journal of Personality*, 68, 84-86.
- Oliner, S. P. y Oliner, P. M. (1988). *The altruistic personality. Rescuers of Jews in Nazi Europe: What led men and women to risk their lives on behalf of others?* Nueva York: Free Press.
- Oliver, P. y Johnston, H. (2000). What a good idea! Ideology and frames in social movement research. *Mobilization*, 5, 37-54.
- Olson, J. M. y Stone, J. (2005). The influence of behavior on attitudes. En D. Albarracín, B. T. Johnson y M. P. Zanna (Eds.), *The handbook of attitudes* (pp. 223-271). Mahwah, L. Erlbaum.
- Omarzu, J. (2000). A disclosure decision model: Determining how and when individuals will self-disclose. *Personality and Social Psychology Review*, 4, 174-185.
- Operario, D. y Fiske, S. T. (1999). Integrating social identity and social cognition: A framework for bridging diverse perspectives. En D. Abrams y M. A. Hogg (Eds.), *Social identity and social cognition* (pp. 26-54). Oxford: Blackwell.
- Opatow, S. (1990). Moral exclusion and injustice: An introduction. *Journal of Social Issues*, 46, 1, 1-20.
- Oriña, M. M., Wood, W. y Simpson, J. A. (2002). Strategies of influence in close relationships. *Journal of Experimental Social Psychology*, 38, 459-472.
- Ortega y Gasset, J. (1986). *Ideas y creencias*. Madrid: Alianza.
- Osgood, C. E., Suci, G. J., y Tannenbaum, P. H. (1957). *The measurement of meaning*. Urbana: University of Illinois Press.
- Osgood, C. E. y Tannenbaum, P. H. (1955). The principle of congruity in the prediction of attitude change. *Psychological Review*, 62, 42-55.
- Oskamp, S. (1984). *Applied social psychology*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Ostrom, T. M. y Sedikides, C. (1992). Out-group homogeneity effects in natural and minimal groups. *Psychological Bulletin*, 112, 536-552.
- Oswald, D. y Clark, E. (2003). Best friend forever? High school best friendships and the transition to college. *Personal Relationships*, 10, 187-196.
- Otero, E. (1996). Paul K. Lazarsfeld y los inicios de la investigación en comunicación política. *Revista Política*, 34, 19-31.
- Ovejero, A. (1998). *Las relaciones humanas. Psicología social teórica y aplicada*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Oxley, D., Haggard, L. M., Werner, C. M. y Altman, I. (1986). Transactional qualities of neighborhood social networks: A case study of "Christmas Street". *Environment and Behavior*, 18, 640-677.
- Oyserman, D., Coon, H. M. y Kemmelmeier, M. (2002). Rethinking individualism and collectivism: Evaluation of theoretical assumptions and meta-analyses. *Psychological Bulletin*, 128, 3-72.

- Páez, D. (1993). *Salud, expresión y represión social de las emociones*. Valencia: Promolibro.
- Páez, D. (1997). Análisis sentimental de nuestra cultura. En C. Nieto (Ed.), *Saber, sentir, pensar. La cultura en la frontera de dos siglos* (pp. 205-235). Madrid: Fundación Marcelino Botín/Debate.
- Páez, D. (2003). Conducta y actitud: disonancia cognitiva, auto-observación y motivación intrínseca. Refuerzo en el aula. En D. Páez, I. Fernández, S. Ubillos y E. Zubieta, (Coords.), *Psicología social, cultura y educación* (pp. 383-409). Madrid: Pearson/Prentice Hall.
- Páez, D., Adrián, J. A. y Basabe, N. (1992). Balanza de afectos, dimensiones de la afectividad y emociones: una aproximación sociopsicológica a la salud mental. En J. L. Álvaro, A. Garrido y J. R. Torregrosa (Eds.), *Influencias sociales y psicológicas en la salud mental*. Madrid: Siglo XXI.
- Páez, D., Arroyo, E. y Fernández, I. (1995). Catástrofes, situaciones de riesgo y factores psicosociales. *Mapfre Seguridad*, 57, 43-55.
- Páez, D. y Basabe, N. (1993). Trauma político y memoria colectiva: Freud, Halbwachs y la psicología política contemporánea: Introducción al número especial sobre Trauma Político. *Revista de Psicología Política*, 6, 7-34. A.
- Páez, D. y Casullo, M. (2000). *Alexitimia y cultura. Cómo expresamos lo que sentimos*. Buenos Aires: Paidós.
- Páez, D., Fernández, I., Basabe, N. y Grad, H. (2002). Valores culturales y motivación: creencias de auto-concepto de Singelis, actitudes de competición de Triandis, control emocional e individualismo-colectivismo vertical-horizontal. *Revista Española de Motivación y Emoción*, 3, 169-195.
- Páez, D., Fernández, I., Ubillos, S. y Zubieta, E. (Coords.) (2003). *Psicología social, cultura y educación*. Madrid: Pearson/Prentice Hall.
- Páez, D. y González, J. L. (2000). Social psychology and culture. *Psicothema*, 12, Supl. 1, 6-15.
- Páez, D., González, J. L. y Aguilera, N. (2000). *Identidad cultural, aculturación y adaptación de los inmigrantes latinoamericanos en el País Vasco*. Getxo: Centro Cultural Chileno Pablo Neruda.
- Páez, D. y Marques, J. (1999). Conductas colectivas: rumores, catástrofes y movimientos de masas. En J. F. Morales y C. Huici (Coords.), *Psicología social* (pp. 253-271). Madrid: McGraw-Hill.
- Páez, D., Rimé, B. y Bellelli, G. (en prensa). Flashbulb memories, culture and collective: Psychosocial processes related to rituals, emotions and memories. En O. Luminet, A. Cursi y M. Conway (Eds.), *Flashbulb memories: New issues and new perspectives*.
- Páez, D., Rimé, B., Martínez, C., y Basabe, N. (en prensa). Effects of social sharing of emotions about the Madrid March 11th bombing in general population vicariously victimized. *Journal of Sociological Issues*.
- Páez, D., Ruiz, J. I., Gailly, O., Kornblit, A. L., Wiesenfeld, E. y Vidal, C. M. (1996). Clima emocional: su concepto y medición mediante una investigación transcultural. *Revista de Psicología Social*, 12, 79-98.
- Páez, D. y Ubillos, S. (2004). Agresión. En D. Páez, I. Fernández, S. Ubillos y E. Zubieta (Coords.), *Psicología social, cultura y educación* (pp. 553-604). Madrid: Pearson/Prentice Hall.
- Páez, D., Valencia, J., Basabe, N., Herranz, K. y Gonzalez, J. L. (2000). Identidad, comunicación y memoria colectiva. En A. Rosa, G. Bellelli y D. Bakhurst (Eds), *Memoria colectiva e identidad nacional* (pp. 385-412). Madrid: Biblioteca Nueva.
- Páez, D., Valencia, J., Morales, J. F. y Ursua, N. (1992). Teoría, metateoría y problemas metodológicos en psicología social. En D. Páez, J. Valencia, J. F. Morales, B. Sarabia y N. Ursua (Eds.), *Teoría y método en psicología social* (pp. 31-205). Barcelona: Anthropos.
- Páez, D., Valencia, J., Pennabaker, J., Rimé, B. y Jodelet, D. (1998). *Memoria colectiva de procesos políticos y culturales*. Bilbao: Servicios Editoriales de la UPV.
- Páez, D. y Vergara, A. (1995). Culture differences in emotional knowledge. En J. A. Russell, J. M. Fernández-Dols, A. S. R. Manstead y J. C. Wellenkamp (Eds.), *Everyday conceptions of emotion* (pp. 415-434). Londres: Kluwer/Academic.
- Páez, D. y Zubieta, E. (2003). Cultura y psicología social. En D. Páez, I. Fernández, S. Ubillos y E. Zubieta (Eds.), *Psicología social, cultura y educación* (pp. 25-53). Madrid: Pearson/Prentice Hall.

- Palmore, E. B. (1962). Ethnophaulisms and ethnocentrism. *American Journal of Sociology*, 67, 442-445.
- Parekh, B. (2005). *Repensando el multiculturalismo*. Madrid: Istmo.
- Park, B. y Judd, C. M. (1990). Measures and models of perceived group variability. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 173-91.
- Parkes, C. M. (1975). What becomes of redundant world models? A contribution to the study of adaptation to change. *British Journal of Medical Psychology*, 48, 131-137.
- Parkinson, B. (1998). What we think about when we think about emotions. *Cognition and Emotion*, 12, 615-624.
- Parlee, M. B. (1979). The friends bond. *Psychology Today*, 113, 43-54.
- Parrott, W. G. (2001). *Emotions in social psychology: Essential readings*. Filadelfia: Psychology Press.
- Parsons, T. y Bales, M. (1955). *Family, socialization and interaction process*. Nueva York: Free Press.
- Pastalan, L. A. (1970). Privacy as an expression of human territoriality. En L. A. Pastalan y D. H. Carson (Eds.), *Spatial behavior of older people*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Pastor, J. (2002). *Qué son los movimientos antiglobalización*. Barcelona: Integral.
- Patterson, M. L., Reidhead, S. M. y Gooch, M. (1984). A content-classified bibliography of research on the immediacy behaviors. *Journal of Nonverbal Behavior*, 8, 360-393.
- Patterson, O. (1997). *The ordeal of integration: Progress and resentment in America's "racial" crisis*. Washington: Civitas/Counterpoint.
- Payne, B. K., Cheng, C. M., Govorun, O. y Stewart, B. (2005). An inkblot for attitudes: Affect misattribution as implicit measurement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 277-293.
- Pedersen, D. M. (1979). Dimensions of privacy. *Perceptual and Motor Skills*, 48, 1291-1297.
- Pedersen, D. M. (1982). Cross-validation of privacy factors. *Perceptual and Motor Skills*, 55, 57-58.
- Pedersen, D. M. (1997). Psychological functions of privacy. *Journal of Environmental Psychology*, 17, 147-156.
- Pedersen, D. M. (2002). Political violence, ethnic conflict, and contemporary wars: Broad implications for health and well-being. *Social Science and Medicine*, 55, 175-190.
- Pennebaker, J. W. (1989). Confession, inhibition and disease. En L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 22, pp. 211-244). Nueva York: Academic Press.
- Pennebaker, J. W. (1990). *Opening up. The healing power of confiding in others*. Nueva York: Morrow.
- Pennebaker, J. W. (1993). Putting stress into words: Health, linguistic and therapeutic implications. *Behavior Research and Therapy*, 6, 539-548.
- Pennebaker, J. W. (2003). Writing about emotional experiences as a therapeutic process. En P. Salovey y J. A. Rothman (Eds.), *Social psychology of health: Key readings in social psychology* (pp. 362-368). Nueva York: Psychology Press.
- Pennebaker, J. W. y Basanik, B. L. (1998). Creación y mantenimiento de memorias colectivas. En D. Páez, J. Valencia, J. W. Pennabaker, B. Rimé y D. Jodelet (Eds.), *Memoria colectiva de procesos políticos y culturales* (pp. 31-47). Bilbao: Servicios Editoriales de la UPV.
- Pennebaker, J. W. y Beall, S. K. (1986). Confronting a traumatic event: Toward and understanding of inhibition and disease. *Journal of Abnormal Psychology*, 3, 274-281.
- Pennebaker, J. W., Francis, M. E. y Booth, R. J. (2001). *Linguistic Inquiry and Word Count (LIWC): LIWC 2001*. Mahwah: L. Erlbaum.
- Pennebaker, J. W. y Hoover, C. W. (1985). Inhibition and cognition: Toward and understanding of trauma and disease. En R. J. Davidson, G. F. Schwartz y D. Shapiro (Eds.), *Consciousness and self-regulation* (Vol. 4, pp. 107-136). Nueva York: Plenum Press.
- Pennebaker, J. W. y King, L. A. (1999). Linguistic styles: Language use as an individual difference. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 1296-1312.

- Pennebaker, J. W., Páez, D., Deschamps, J. C., Rentfrow, J., Matthew, D., Techio, E., Slawuta, P., Zlobina, A. y Zubieta, E. (2006). The social psychology of history: Defining the most important events of the last 10, 100, and 1000 years. *Psicología Política*, 32, 15-32.
- Pennebaker, J. W., Páez, D. y Rimé, B. (1997). *Collective memory of political events*. Mahwah: L. Erlbaum.
- Pennebaker, J. W., Rimé, B. y Blankenship, V. E. (1996). Stereotypes of emotional expressiveness of Northerners and Southerners: A cross-cultural test of Montesquieu's hypotheses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 372-380.
- Pennebaker, J. W. y Stone, L. D. (2003). Words of wisdom: Language use over the lifespan. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 291-301.
- Pennebaker, J. W., Zech, E. y Rimé, B. (2001). Disclosing and sharing emotion: Psychological, social and health consequences. En M. S. Stroebe, R. O. Hansson, W. Stroebe, y H. Schut (Eds.), *Handbook of bereavement research: Consequences, coping, and care* (pp. 517-544). Washington: American Psychological Association.
- Penner, L. A. (2002). Dispositional and organizational influence on sustained volunteerism: An interactionist perspective. *Journal of Social Issues*, 58, 447-467.
- Penner, L. A., Dovidio, J. F., Piliavin, J. A. y Schroeder, D. A. (2005). Prosocial behavior: Multilevel perspectives. *Annual Review of Psychology*, 56, 365-392.
- Penner, L. A., Fritzsche, B. A., Craig, J. P. y Freifeld, T. R. (1995). Measuring the prosocial personality. En J. Butcher y C. D. Spielberg (Eds.), *Advances in personality assessment* (pp. 147-163). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Pennington, D. C., Gillen, K. y Hill, P. (1999). *Social Psychology*. Londres: Arnold.
- Peplau, L. A. y Gordon, S. L. (1983). The intimate relationships of lesbians and gay men. En E. R. Allegeier y N. B. McCormick (Eds.), *The changing boundaries: Gender roles and sexual behavior* (pp. 226-244). Palo Alto: Mayfield.
- Peplau, L. A. y Perlman, D. (Eds.) (1982). *Loneliness: A sourcebook of current theory, research and therapy*. Nueva York: Wiley-Interscience.
- Pérez, J. A. (1989). Percepción y categorización del contexto social. En A. Rodríguez y J. Seoane (Eds.), *Creencias, actitudes y valores* (pp. 89-140). Madrid: Alhambra.
- Pérez, J. A., Páez, D., Navarro-Pertusa, E. (2002). Conflicto de mentalidades: cultura del honor frente a la liberación de la mujer. *Revista Española de Motivación y Emoción*, 3, 143-158.
- Pérez-Sales, P., Bacic, R. y Durán, T. (1998). *Muerte y desaparición forzada en la Araucanía: una aproximación étnica*. Santiago de Chile: Lom.
- Pérez-Sales, P., Cervellón, P., Vázquez, C., Vidales, D. y Gaborit, M. (2005). Post-traumatic factors and resilience: The role of shelter management and survivors' attitudes after the earthquakes in El Salvador (2001). *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 15, 368-382.
- Perloff, R. M. (2003). *The dynamics of persuasion: Communication and attitudes in the 21st Century*. Mahwah: L. Erlbaum.
- Perret, D. I., Lee, K. J., Penton-Voak, I., Rowland, D., Yoshikawa, S., Burt, D. M., Henzil, S. P., Castles, D. L. y Akamatsu, S. (1998). Effects of sexual dimorphism on facial attractiveness. *Nature*, 394, 884-887.
- Pettigrew, T. F. (1986). The intergroup contact hypothesis reconsidered. En M. Hewstone y R. Brown (Eds.), *Contact and conflict in intergroup encounters*. Oxford: Blackwell.
- Pettigrew, T. F. y Meertens, R. W. (1995). Subtle and blatant prejudice in Western Europe. *European Journal of Social Psychology*, 25, 57-75.
- Pettigrew, T. F. y Tropp, L. R. (2006). A meta-analytic test of intergroup contact theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90, 5, 751-783.
- Petty, R. E. y Briñol, P. (2002). Attitude change: The elaboration likelihood model of persuasion. En G. Bartels y W. Nielsens (Eds.), *Marketing for sustainability: Towards transactional policy making* (pp. 176-190). Amsterdam: IOS Press.

- Petty, R. E. y Briñol, P. (2006). A meta-cognitive approach to “implicit” and “explicit” evaluations: Comment on Gawronski and Bodenhausen (2006). *Psychological Bulletin*, 132, 740-744.
- Petty, R. E. y Briñol, P. (en prensa-a). The Meta-Cognitive Model (MCM) of attitudes: Implications for attitude measurement, change, and strength. *Social Cognition*.
- Petty, R. E. y Briñol, P. (en prensa-b). Understanding social judgment: Multiple systems and processes. *Psychological Inquiry*.
- Petty, R. E., Briñol, P. y Tormala, Z. L. (2002). Thought confidence as a determinant of persuasion: The self-validation hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 722-741.
- Petty, R. E., Briñol, P., Tormala, Z. L. y Wegener, D. T. (en prensa). The role of meta-cognition in social psychology. In Higgins, E. T. y Kruglanski, A. W. (Eds.), *Social Psychology: A handbook of basic principles* (2ª ed.). Nueva York: Guilford Press.
- Petty, R. E. y Cacioppo, J. T. (1977). Forewarning, cognitive responding, and resistance to persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 645-655.
- Petty, R. E. y Cacioppo, J. T. (1979). Effects of forewarning of persuasive intent on cognitive responses and persuasion. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 5, 173-176.
- Petty, R. E. y Cacioppo, J. T. (1979). Issue involvement can increase or decrease persuasion by enhancing message-relevant cognitive responses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 1915-1926.
- Petty, R. E. y Cacioppo, J. T. (1981). *Attitudes and persuasion: Classics and contemporary approaches*. Dubuque: W. C. Brown.
- Petty, R. E. y Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. Nueva York: Springer-Verlag.
- Petty, R. E., Cacioppo, J. T. y Heesacker, M. (1981). The use of rhetorical questions in persuasion: A cognitive response analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40, 432-440.
- Petty, R. E., Fazio, R. H. y Briñol, P. (en prensa). *Attitudes: Insights from the new wave of implicit measures*. Mahwah: L. Erlbaum.
- Petty, R. E. y Krosnick, J. A. (1995). *Attitude strength: Antecedents and consequences*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- Petty, R. E., Ostrom, T. M. y Brock, T. C. (1981). *Cognitive responses in persuasion*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- Petty, R. E. y Priester, J. (1996). Cambio de actitud de los mass media: implicaciones del modelo de persuasión de elaboración probable. En J. Bryant y D. Zillmann (Eds.), *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías* (pp. 127-168). Barcelona: Paidós.
- Petty, R. E., Priester, J. R. y Briñol, P. (2002). Mass media attitude change: Implications of the elaboration likelihood model of persuasion. En J. Byant y D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (2ª ed., pp. 155-199). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Petty, R. E., Schumann, D. W., Richman, S. A. y Strathman, A. J. (1993). Positive mood and persuasion: Different roles for affect under high and low elaboration conditions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 5-20.
- Petty, R. E., Tormala, Z. L., Briñol, P. y Jarvis, W. B. G. (2006). Implicit ambivalence from attitude change: An exploration of the PAST model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90, 21-41.
- Petty, R. E., Wells, G. L. y Brock, T. C. (1976). Distraction can enhance or reduce yielding to propaganda: Thought disruption versus effort justification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 874-884.
- Petty, R. E. y Wegener, D. T. (1998). Attitude change: Multiple roles for persuasion variables. En D. T. Gilbert, S. T. Fiske y G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology* (4ª ed., Vol. 1, pp. 323-390). Nueva York: McGraw-Hill.
- Petty, R. E. y Wegener, D. T. (1999). The Elaboration Likelihood Model: Current status and controversies. En S. Chaiken y Y. Trope (Eds.), *Dual process theories in social psychology* (pp. 41-72). Nueva York: Guilford Press.

- Petty, R. E., Wheeler, S. C. y Tormala, Z. L. (2003). Persuasion and attitude change. En T. Millon y M. J. Lerner (Eds.), *Handbook of psychology. Vol. 5: Personality and social psychology* (pp. 353-382). Hoboken: Wiley.
- Philippot, P. (1993). Represión, percepción subjetiva y reacción fisiológica emocional. En D. Páez (Ed.), *Salud, expresión y represión social de las emociones* (pp. 175-193). Valencia: Promolibro.
- Pierce, M. y Harris, R. J. (1993). The effect of provocation, ethnicity, and injury description of men's and women's perceptions of a wife-battering incident. *Journal of Applied Social Psychology*, 23, 767-790.
- Piliavin, I. M., Rodin, J. A. y Piliavin, J. A. (1969). Good Samaritanism: An underground phenomenon? *Journal of Personality and Social Psychology*, 13, 289-99.
- Piliavin, J. A., Dovidio, J., Gaertner, S. y Clark, R. D. III. (1981). *Emergency intervention*. Nueva York: Academic Press.
- Pinel, E. C. (1999). Stigma consciousness: The psychological legacy of social stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, 1, 114-128.
- Pinquart, M. y Sorensen, S. (2001). Influences of loneliness in older adults: A meta-analysis. *Basic and Applied Social Psychology*, 23, 245-266.
- Pittman, T. S. (1998). Motivation. En D. T. Gilbert, S. T. Fiske y G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology* (4ª ed., Vol. 1, pp. 549-590). Nueva York: McGraw-Hill.
- Plant, E. A. y Devine, P. G. (1998). Internal and external motivation to respond without prejudice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 811-832.
- Plant, E. A., Devine, P. G. y Brazy, P. C. (2003). The bogus pipeline and motivations to respond without prejudice: Revisiting the fading and faking of racial prejudice. *Group Processes and Intergroup Relations*, 6, 2, 187-200.
- Platow, M. J., Hoar, S., Reid, S., Harley, K. y Morrison, D. (1997). Endorsement of distributively fair or unfair leaders in interpersonal and intergroup situations. *European Journal of Social Psychology*, 27, 465-494.
- PNUD (1999). *Informe Sobre Desarrollo Humano 1999*. Madrid: PNUD-Mundiprensa. [World Development Report, 1999].
- Pol, E. (1988). *La psicología ambiental en Europa. Análisis sociohistórico*. Barcelona: Anthropos.
- Pol, E. (1993). *Environmental psychology in Europe. From architectural psychology to green environmental psychology*. Londres: Avebury.
- Pol, E. (1996). La apropiación del espacio. En L. Iñiguez y E. Pol (Eds.), *Cognición, representación y apropiación del espacio*. Colección Monografías Psico-Socio-Ambientales (Vol. 9, pp. 45-62). Barcelona: Publicacions de la Universitat de Barcelona (Original publicado en 1994, en *Familia y Sociedad*, 12, 233-249).
- Pol, E. (2002). El modelo dual de la apropiación del espacio. En R. García Mira, J. M. Sabucedo y J. Romay (Eds.), *Psicología y medio ambiente. Aspectos psicosociales, educativos y metodológicos* (pp. 123-132). La Coruña: Asociación galega de estudios e investigación psicosocial.
- Pol, E., Valera, S. y Vidal, T. (1999). Psicología ambiental y procesos psicosociales. En J. F. Morales y C. Huici (Coords.), *Psicología social* (pp. 235-252). Madrid: McGraw-Hill.
- Politzer, P. (1991). *Miedo en Chile*. Santiago de Chile: Cesoc/Chile-América.
- Pomerantz, E. M., Chaiken, S., y Tordesillas, R. S. (1995). Attitude strength and resistance processes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 408-419.
- Postmes, T., Branscombe, N. R., Spears, R. y Young, H. (1999). Comparative processes in personal and group judgments: Resolving the discrepancy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, 320-338.
- Postmes, T. y Spears, R. (1998). De-individuation and anti-normative behavior: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 123, 238-259.
- Postmes, T. y Spears, R. (2000). Refining the cognitive redefinition of the group: Deindividuation effects in common bond vs. common identity groups. En T. Postmes, R. Spears, M. Lea y S. D. Reicher (Eds.), *SIDE*

- issues centre stage: Recent developments of de-individuation in groups* (pp. 63-77). Amsterdam: Proceedings of the Dutch Royal Academy of Arts and Sciences.
- Pratkanis, A. y Aronson, E. (1992). *Age of propaganda. The everyday use and abuse of persuasion*. Nueva York: Freeman (Versión en castellano: *La era de la propaganda. Uso y abuso de la persuasión*. Barcelona: Paidós, 1994).
- Pratto, F., Sidanius, J., Stallworth, L. M. y Malle, B. F. (1994). Social dominance orientation: A personality variable predicting social and political attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 741-763 (Artículo incluido también en M. A. Hogg y D. Abrams (Eds.) (2001), *Intergroup relations. Essential readings* (pp. 30-59). Sussex: Psychology Press).
- Prelow, H. M., Tein, J. Y., Roosa, M. W. y Wood, J. (2000). Does coping styles differ across sociocultural groups? *American Journal of Community Psychology*, 28, 225-244.
- Prentice, D. A. y Carranza, E. (2002). What women and men should be, shouldn't be, are allowed to be, and don't have to be: The contents of prescriptive gender stereotypes. *Psychology of Women Quarterly*, 26, 269-281.
- Prentice, D. A. y Carranza, E. (2004). Sustaining cultural beliefs in the face of their violation: The case of gender stereotypes. En M. Schaller y C. S. Crandall (Eds.), *Psychological foundations of culture* (pp. 259-280). Mahwah: L. Erlbaum.
- Preston, S. D. y de Waal, F. B. M. (2002). Empathy: Its ultimate and proximate bases. *Behavioral and Brain Sciences*, 25, 1-72.
- Priester, J. R. y Petty, R. E. (1996). The gradual threshold model of ambivalence: Relating the positive and negative bases of attitudes to subjective ambivalence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 431-449.
- Prins, K. S., Buunk, B. P. y Vanperen, N. W. (1993). Equity, normative disapproval and extramarital relationships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 10, 39-53.
- Proshansky, H. M. (1943). A projective method for the study of attitudes. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 38, 393-395.
- Proshansky, H. M. (1981). Uses and abuses of theory in applied social research. En L. Bickman (Ed.), *Applied social psychology annual* (Vol. 2, pp. 97-135). Beverly Hills: Sage.
- Proshansky, H. M., Fabian, A. K. y Kaminoff, R. (1983). Place-identity: Physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 3, 57-83.
- Proshansky, H. M., Ittelson, W. H., y Rivlin, L. G. (1983). Libertad de elección y conducta en un ambiente físico. En H. M. Proshansky, W. H. Ittelson y L. G. Rivlin (Eds.), *Psicología ambiental. El hombre y su entorno físico* (pp. 233-246). México: Trillas (Original publicado en 1970).
- Proust, M. (1998). *En busca del tiempo perdido (vol. 1): Por el camino a Swann*. Madrid: Alianza.
- Puckett, J., Petty, R. E., Cacioppo, J. y Fischer, D. (1983). The relative impact of age and attractiveness stereotypes on persuasion. *Journal of Gerontology*, 38, 340-343.
- Puertas, S., Rodríguez-Bailón, R. y Moya, M. C. (2022). Procesamiento automático y medición implícita de los estereotipos relacionados con el poder. *Revista de Psicología Social*, 17, 69-84.
- Rabbie, J. M. (1963). Differential preference for companionship under threat. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67, 643-648.
- Rabbie, J. M. y Horowitz, M. (1969). Arousal of ingroup-outgroup bias by chance win or loss. *Journal of Personality and Social Psychology*, 13, 269-277.
- Rachlin, H. (2002). Altruism and selfishness. *Behavioral and Brain Sciences*, 25, 239-250.
- Ramírez, J. M. y Fujihara, A. (2001). Cultural and sex differences in aggression: A comparison between Japanese and Spanish students using two different inventories. *Aggressive Behavior*, 27, 313-322.
- Raschke, J. (1985). *Soziale Bewegungen. Ein historisch-systematischer Grundriss*. Frankfurt: Campus Verlag.

- Razran, G. H. S. (1940). Conditioned response changes in rating and appraising sociopolitical slogans. *Psychological Bulletin*, 37, 481.
- Read, S. y Miller, L. (1998). *Connectionist models of social reasoning and social behavior*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- Redfield, R., Linton, R. y Herskovits, M. J. (1936). Memorandum on the study of acculturation. *American Anthropologist*, 38, 149-152.
- Reeves, J. (2003). *Motivación y emoción*. México: McGraw-Hill.
- Reeves, R. A., Macolini, R. M. y Martin, R. C. (1987). Legitimising paltry contributions. On-the-spot vs. mail-in requests. *Journal of Applied Social Psychology*, 17, 731-738.
- Regan, D. T. (1971). Effects of a favor and liking on compliance. *Journal of Experimental Social Psychology*, 7, 627-639.
- Reicher, S. D. (1982). The determination of collective action. En H. Tajfel (Ed.), *Social identity and intergroup relations* (pp. 41-48). Cambridge: Cambridge University Press.
- Reicher, S. D. (1984). The St Pauls "riot". An explanation of the limits of crowd action in terms of a social identity model. *European Journal of Social Psychology*, 14, 1-21 (Versión en castellano: Los disturbios de St. Pauls: una explicación de los límites de la acción de las masas en términos del modelo de la identidad social. En J. F. Morales y C. Huici (Comps.), *Lecturas de psicología social*. Madrid: UNED).
- Reicher, S. D. (1987). Crowd behaviour as social action. En J. C. Turner, M. A. Hogg, P. J. Oakes, S. D. Reicher y M. S. Wetherell (Eds.), *Rediscovering the social group: A self-categorization theory* (pp. 171-202). Oxford: Blackwell (Versión en castellano: Conducta de masa como acción social. En J. C. Turner, M. A. Hogg, P. J. Oakes, S. D. Reicher, y M. S. Wetherell, *Redescubrir el grupo social*. Madrid: Morata, 1989).
- Reicher, S. D. (1993). On the construction of social categories: From collective action to rhetoric and back again. En B. González (Ed.), *Psicología cultural* (pp. 37-50). Sevilla: Eudema.
- Reicher, S. D. (1996a). 'The battle of Westminster': Developing the social identity model of crowd in order to explain the initiation and development of collective conflict. *European Journal of Social Psychology*, 26, 115-134.
- Reicher, S. D. (1996b). Social identity and social change: Rethinking the context of social psychology. En W. P. Robinson (Ed.), *Social groups and identities: Developing the legacy of Henry Tajfel* (pp. 317-336). Oxford: Butterworth Heinemann.
- Reicher, S. D. (2001). Crowds. En M. A. Hogg y R. S. Tindale (Eds.), *Blackwell handbook of social psychology. Group processes* (pp. 182-208). Oxford: Blackwell.
- Reicher, S. D. (2004). The context of social identity: Domination, resistance and change. *Political Psychology* 25, 6, 921-945.
- Reicher, S. D., Cassidy, C., Wolpert, I., Hopkins, N. y Levine, M. (2006). Saving Bulgaria's Jews: An analysis of social identity and the mobilisation of social solidarity. *European Journal of Social Psychology*, 36, 1, 49-72.
- Reicher, S. D., Drury, J., Hopkins, N. y Stott, C. (2001). A model of crowd prototypes and crowd leadership. En C. Barker, A. Johnson y M. Lavalette (Eds.), *Leadership and social movements* (pp. 178-195). Manchester: Manchester University Press.
- Reicher, S. D. y Haslam, S. A. (2006a). On the agency of individuals and groups: Lessons from the BBC Prison Study. En T. Postmes y J. Jetten (Eds.), *Individuality and the group. Advances in social identity*. Londres: Sage.
- Reicher, S. D. y Haslam, S. A. (2006b). Rethinking the psychology of tyranny: The BBC Prison Study. *British Journal of Social Psychology* 45, 1, 1-40.
- Reicher, S. D., Haslam, S. A. y Hopkins, N. (2005). Social identity and the dynamics of leadership: Leaders and followers as collaborative agents in the transformation of social reality. *Leadership Quarterly*, 16, 4, 547-568.

- Reicher, S. D. y Hopkins, N. (1996a). Self-category constructions in political rhetoric: An analysis of Thatcher's and Kinnock's speeches concerning the British Miners' Strike (1984-85). *European Journal of Social Psychology*, 26, 353-372.
- Reicher, S. D. y Hopkins, N. (1996b). Seeking influence through characterising self-categories: An analysis of anti-abortionist rhetoric. *British Journal of Social Psychology*, 35, 297-311.
- Reicher, S. D. y Hopkins, N. (2001a). *Self and nation: Categorization, contestation and mobilization*. Londres: Sage.
- Reicher, S. D. y Hopkins, N. (2001b). Psychology and the end of the history. *Political Psychology*, 22, 2, 383-407.
- Reicher, S. D. y Hopkins, N. (2003). On the science of art of leadership. En D. van Knippenberg y M. A. Hogg (Eds.), *Leadership and power: Identity processes in groups and organizations* (pp. 197-209). Londres: Sage.
- Reicher, S. D., Hopkins, N. y Condor, S. (1997). Stereotype construction as a strategy of influence. En R. Spears, P. J. Oakes, N. Ellemers y S. A. Haslam (Eds.), *The social psychology of stereotyping and group life* (pp. 94-118). Oxford: Blackwell.
- Reicher, S. D. y Levine, M. (1994). Deindividuation, power relations between groups and the expression of social identity: The effects of visibility to the outgroup. *British Journal of Social Psychology*, 33, 145-163.
- Reicher, S. D., Levine, M. y Gordjin, E. (1998). More on deindividuation, power relations between groups and the expression of social identity: Three studies on the effects of visibility to the ingroup. *British Journal of Social Psychology*, 37, 15-40.
- Reicher, S. D. y Potter, J. (1985). Psychological theory as intergroup perspective: A comparative analysis of 'scientific' and 'lay' accounts of crowd events. *Human Relations*, 38, 167-189.
- Reicher, S. D. y Sani, F. (1998). Introducing SAGA: The structural analysis of group arguments. *Group Dynamics*, 2, 267-285.
- Reicher, S. D., Spears, R. y Postmes, T. (1995). A social identity model of deindividuation phenomena. *European Review of Social Psychology*, 6, 161-198.
- Reinares, F. (2001). *Patriotas de la muerte*. Madrid: Taurus.
- Reingen, D. H. (1978). On inducing compliance with requests. *Journal of Consumer Research*, 5, 96-102.
- Reingen, D. H. (1982). Test of a list procedure for inducing compliance with a request to donate money. *Journal of Applied Psychology*, 67, 110-118.
- Reis, H. T., Nezlek, J. y Wheeler, L. (1980). Physical attractiveness in social interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, 604-617.
- Reis, H. T. y Patrick, B. C. (1996). Attachment and intimacy: Component processes. En E. T. Higgins y A. W. Kruglanski (Eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles* (pp. 523-563). Nueva York: Guilford Press.
- Reis, H. T., Wheeler, L., Spiegel, N., Kernis, M., Nezlek, J. y Perri, M. (1982). Physical attractiveness in social interaction, II: Why does appearance affect social experience? *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, 979-996.
- Reis, H. T., Wilson, J. M., Monestere, C., Bernstein, S., Clark, K., Seidl, E. y cols. (1990). What is smiling is beautiful and good. *European Journal of Social Psychology*, 20, 259-267.
- Reissman, C., Aron, A., y Bergen, M. (1993). Shared activities and marital satisfaction: Causal direction and self-expansion versus boredom. *Journal of Social and Personal Relationships*, 10, 243-254.
- Reno, R. R., Cialdini R. B. y Kallgren, C. A. (1993). The transsituational influence of social norms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 104-112.
- Reynolds, K. J., Turner, J. C., Haslam, S. A. y Ryan, M. K. (2001). The role of personality and group factors in explaining prejudice. *Journal of Experimental Social Psychology*, 37, 427-434.

- Rice, D. R. y Mullen, B. (2005). Cognitive representations and exclusion of immigrants: Why red-nosed reindeer don't play games. En D. Abrams, M. A. Hogg y J. M. Marques (Eds.), *The social psychology of inclusion and exclusion* (pp. 293-315). Nueva York: Psychology Press.
- Ridge, M. L. (1929). *Little Americans from many lands*. Nueva York: Samuel Gabriel.
- Ridgeway, C. L. (2001a). Gender, status, and leadership. *Journal of Social Issues*, 57, 637-655.
- Ridgeway, C. L. (2001b). The emergence of status beliefs: From structural inequality to legitimising ideology. En J. T. Jost y B. Major (Eds.), *The psychology of legitimacy: Emerging perspectives on ideology, justice, and intergroup relations* (pp. 257-277). Cambridge: Cambridge University Press.
- Ridley, M. (2003). *Nature via nurture. Genes, experience and what makes us human*. Nueva York: HarperCollins (Versión en castellano: *Qué nos hace humanos*. Madrid: Taurus/Santillana).
- Riggio, R. E., Watring, K. P. y Throckmorton, B. (1993). Social skills, social support, and psychosocial adjustment. *Personality and Individual Differences*, 15, 275-308.
- Riley, T. y Fiske, S. T. (1991). Interdependence and the social context of impression formation. *Cahiers de Psychologie Cognitive*, 11, 173-192.
- Rimé, B. (2005). *Le partage social des émotions*. París: Presses Universitaires de France.
- Rimé, B., Corsini, S. y Herbertte, G. (2002). Emotion, verbal expression, and the social sharing of emotion. En S. R. Fussell (Ed.), *The verbal communication of emotions: Interdisciplinary perspectives* (pp. 185-208). Mahwah: L. Erlbaum.
- Rimé, B., Finkenauer, C., Luminet, O., Zech, E. y Philippot, P. (1998). Social sharing of emotion: New evidence and new questions. *European Review of Social Psychology*, 9, 145-189.
- Rimé, B., Mesquita, B., Philippot, P. y Boca, S. (1991). Beyond the emotional event: Six studies on the social sharing of emotion. *Cognition and Emotion*, 5, 435-465.
- Rimé, B., Philippot, P., Boca, S. y Mesquita, B. (1992). Long-lasting cognitive and social consequences of emotion: Social sharing and rumination. *European Review of Social Psychology*, 3, 225-258.
- Rind, B. y Kipnis, D. (1999). Changes in self-perceptions as a result of successfully persuading others. *Journal of Social Issues*, 55, 141-56.
- Roback, A. A. (1944). *A dictionary of international slurs*. Cambridge: Sci-Art.
- Roberts, B. W., Helson, R. y Kohnen, E. C. (2002). Personality development and growth in women across 30 years: Three perspectives. *Journal of Personality*, 70, 79-102.
- Robins, G. y Baldero, J. (2003). Relational discrepancy theory: The implications of self-discrepancy theory for dyadic relationship and for the emergence of social structure. *Personality and Social Psychology Review*, 7, 56-74.
- Robinson, J. (1986). Temporal reference systems and autobiographical memory. En D. Rubin (Ed.), *Autobiographical memory* (pp. 159-189). Cambridge: Cambridge University Press.
- Rocamora, P. (2005). *La exclusión social a través de la historia: de la esclavitud a la inmigración actual*. Trabajo de investigación para la obtención del Diploma de Estudios Avanzados. Madrid: UNED.
- Rodin, J. (1985). The application of social psychology. En G. Lindzey y E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology* (3ª ed., Vol. 2, pp. 805-881). Oxford: Addison-Wesley.
- Rodrigo, M. J., Rodríguez, A. y Marrero, J. (Coords.) (1994). *Las teorías implícitas. Una aproximación al conocimiento cotidiano*. Madrid: Visor.
- Rodrigo Alsina, M. (1996). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- Rodríguez, R. y Rodríguez, A. (2000). El efecto de la supresión de pensamientos estereotípicos en una tarea cognitiva. *Psicothema*, 12, 33-39.
- Rodríguez Marín, J. (1995). *Psicología social de la salud*. Madrid: Síntesis.
- Rodríguez Mosquera, P., Manstead, A. S. R. y Fischer, A. H. (1999). *Male honor, female honor and attitudes towards sex-roles in Spain and the Netherlands*. Comunicación presentada al 12th Meeting of Experimental Social Psychology. Oxford.

- Rodríguez Mosquera, P., Manstead, A. S. R. y Fischer, A. H. (2002). Honor in the Mediterranean and Northern Europe. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 1, 16-36.
- Rodríguez Mosquera, P., Manstead, A. S. R. y Fischer, A. H. (2002). The role of honor concerns in emotional reactions to offences. *Cognition and Emotion*, 16, 1, 143-163.
- Rodríguez-Bailón, R. y Palacios, M. S. (2006). Cognición social: La forma en que pensamos sobre los demás. En A. Gómez, E. Gaviria e I. Fernández (Coords.), *Psicología social* (pp. 83-135). Madrid: Sanz y Torres.
- Rodríguez-Torres, R., Rodríguez-Pérez, A. y Leyens, J. P. (2003). La dimensión emocional del prejuicio: ¿sienten los miembros de los otros grupos igual que nosotros? En J. F. Morales y C. Huici (Dirs.), *Estudios de psicología social* (pp. 55-79). Madrid: UNED.
- Roese, N. J. y Jamieson, D. W. (1993). Twenty years of bogus pipeline research: A critical review and meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 114, 363-375.
- Rofe, Y., Lewin, I. y Hoffman, M. (1987). Affiliation patterns among cancer patients. *Psychological Medicine*, 17, 419-424.
- Rohe, W. y Patterson, W. H. (1974). The effects of varied levels of resources and density on behavior in a day care center. Comunicación presentada en la Environment Design Research Association. Milwaukee.
- Rohner, R. P. (1976). Sex differences in aggression: Phylogenetic and exculturation perspectives. *Ethos*, 4, 57-72.
- Rojahn, K. y Pettigrew, T. F. (1992). Memory for schema-relevant information: A meta-analytic resolution. *British Journal of Social Psychology*, 31, 81-109.
- Rokach, A. (1988). The experience of loneliness: A tri-level model. *The Journal of Psychology*, 122, 531-544.
- Rokach, A., Moya, M. C., Orzeck, T. y Expósito, F. (2001). Loneliness in North America and Spain. *Social Behavior and Personality*, 29, 477-490.
- Rokeach, M. (1954). The nature and meaning of dogmatism. *Psychological Review*, 61, 194-204.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. Nueva York: Free Press.
- Ros, M. (1993). Jerarquía y significado de los valores: aplicaciones de la teoría de los valores personales de Schwartz. En B. González y A. Guíl (Comps.), *Psicología cultural* (pp. 291-298). Sevilla: Eudema.
- Ros, M. y Gouveia, V. V. (2001). *Psicología social de los valores humanos. Desarrollos teóricos, metodológicos y aplicados*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Rosa, A., Bellelli, G. y Bakhurst, D. (Eds.) (2000). *Memoria colectiva e identidad nacional*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Rosch, E. (1975). Cognitive representations of semantic categories. *Journal of Experimental Psychology*, 104, 192-233.
- Rosch, E. (1978). Principles of categorization. En E. Rosch y B. Lloyd (Eds.), *Cognition and categorization* (pp. 27-48). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Roseman, I. J. (1984). Cognitive determinants of emotion: A structural theory. En P. Shaver (Ed.), *Review of personality and social psychology* (Vol. 5, pp. 11-36). Beverly Hills: Sage.
- Rosenberg, M. (1979). *Conceiving the self*. Nueva York: Basic Books.
- Rosenkrantz, P., Vogel, S. R., Bee, H., Broverman, I. K. y Broverman, D. M. (1968). Sex role stereotypes and self-concepts in college students. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 32, 287-295.
- Rosenthal, R. y Jacobson, L. (1968). *Pygmalion in the classroom: Teacher expectations and student intellectual development*. Nueva York: Holt, Rinehart & Winston.
- Rosenthal, R. y Lawson, R. (1964). A longitudinal study of the effects of experimenter bias on the operant learning of laboratory rats. *Journal of Psychiatric Research*, 2, 61-72.
- Roskos-Ewoldsen, D. R., y Fazio, R. H. (1992). On the orienting value of attitudes: Attitude accessibility as a determinant of an object's attraction of visual attention. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 198-211.
- Rosnow, R. y Fine, G. (1976). *Rumor and gossip: The social psychology of hearsay*. Nueva York: Elsevier.

- Rosoux, V. (2001). National identity in France and Germany: From mutual exclusion to negotiation. *International Negotiation*, 6, 175-198.
- Ross, A. (1999). *The body of the truth: Truth commissions in Guatemala and South Africa*. Tesis Doctoral, Universidad de California, Berkeley.
- Ross, B. M. (1991). *Remembering the personal past*. Nueva York: Oxford University Press.
- Ross, D., Read, J. D. y Toglia, M. (Eds.) (1994). *Adult eyewitness testimony: Current trends and development*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ross, L. (1977). The intuitive psychologist and his shortcomings: Distortions in the attribution process. En L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, (vol. 10, pp. 173-220). Nueva York: Academic Press.
- Ross, L. y Nisbett, R. E. (1991). *The Person and the situation. Perspectives of social psychology*. Nueva York: McGraw-Hill.
- Ross, M. (1989). The relation of implicit theories to the construction of personal histories. *Psychological Review*, 96, 341-357.
- Ross, M. y McFarland, C. (1988). Constructing the past: Biases in personal memories. En D. Bar-Tal y A. W. Kruglanski (Eds.), *The social psychology of knowledge* (pp. 299-314). Cambridge: Cambridge University Press.
- Ross, M. y Sicoly, F. (1979). Egocentric biases in availability and attribution. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 322-336.
- Rothbart, M. y John, O. P. (1993). Intergroup relations and stereotype change: A social-cognitive analysis and some longitudinal findings. En P. M. Sniderman, P. E. Tetlock y E. G. Carmines (Eds.), *Prejudice, politics, and the American dilemma* (pp. 32-59). Stanford: Stanford University Press.
- Rothbart, M. y Park, B. (1986). On the confirmability and disconfirmability of trait concepts. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 131-142.
- Rothman, J. y Thomas, E. (1994). *Intervention research*. Binghamton: The Haworth Press.
- Rotton, J. y Cohn, E. G. (2000). Violence is a curvilinear function of temperature in Dallas: A replication. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 1074-1081.
- Rozin, P., Lowery, L. y Ebert, R. (1994). Varieties of disgust faces and the structure of disgust. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 870-881.
- Ruback, R. B. (1981). Perceived honesty in the parole interview. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 7, 677-682.
- Ruble, D. N., y Martin, C. L. (1988). Gender development. En W. Damon y N. Eisenberg (Eds.), *Handbook of child psychology: Social, emotional, and personality development* (5ª ed., Vol. 3, pp. 933-1016). Nueva York: Wiley.
- Rucker, D. D., Lee, A. Y. y Briñol, P. (2006). *Learning more yet knowing less: The effects of information acquisition on subjective knowledge and information processing*. Manuscrito en revisión.
- Rucker, D. D., y Petty, R. E. (2004). When resistance is futile: Consequences of failed counterarguing for attitude certainty. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, 219-235.
- Rudman, L. A. (1998). Self-promotion as a risk factor for women: The costs and benefits of counterstereotypical impression management. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 629-645.
- Rudman, L. A. y Glick, P. (2001). Prescriptive gender stereotypes and backlash toward agentic women. *Journal of Social Issues*, 57, 743-762.
- Rule, J. (1989). Rationality and non-rationality in militant collective action. *Sociological Theory*, 7, 145-60.
- Runciman, W. (1966). *Relative deprivation and social justice: A study of attitudes to social inequality in twentieth-century England*. Berkeley: University of California Press.
- Rusbult, C. E. (1983). A longitudinal test of the investment model: The development (and deterioration) of satisfaction and commitment in heterosexual involvements. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 101-117.

- Rusbult, C. E. y Buunk, B. P. (1993). Commitment processes in close relationships: An interdependence analysis. *Journal of Social and Personal Relationships*, 10, 175-204.
- Rusbult, C. E., Drigotas, S. M. y Verette, J. (1994). The investment model: An interdependence analysis of commitment processes and relationship maintenance phenomena. En D. Canary y L. Stafford (Eds.), *Communication and relational maintenance* (pp. 115-139). Nueva York: Academic Press.
- Rusbult, C. E., Verette, J., Whitney, G. A., Slovik, L. F. y Lipkus, I. (1991). Accommodation processes in close relationships: Theory and preliminary empirical evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 53-78.
- Rusbult, C. E., Yovetich, N. A. y Verette, J. (1996). An interdependence analysis of accommodation processes. En G. J. O. Fletcher y J. Fitness (Eds.), *Knowledge structures in close relationships: A social psychological approach* (pp. 63-90). Mahwah: L. Erlbaum.
- Russell, B. L. (1999). Attitudes toward battered women who kill: Prototypes and counterfactual thinking in judgment of culpability (Tesis Doctoral). Citado en Russell, B. L. y Melillo, L. S. (2006). Attitudes toward battered women who kill. Defendant typicality and judgment of culpability. *Criminal Justice and Behavior*, 33, 219-241.
- Russell, B. L. y Melillo, L. S. (2006). Attitudes toward battered women who kill. Defendant typicality and judgment of culpability. *Criminal Justice and Behavior*, 33, 219-241.
- Russell, D., Peplau, L. A. y Cutrona, C. (1980). The Revised UCLA Loneliness Scale: Concurrent and discriminant validity evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 472-480.
- Russell, J. A. (1983). Pancultural aspects of the human conceptual organization of emotions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 1281-1288.
- Russell, J. A. (1989). Measures of emotion. En R. Plutchik y H. Kellerman (Eds.), *Emotion: Theory, research and experience* (Vol. 4, pp. 83-111). Nueva York: Academic Press.
- Russell, J. A. (1991). Culture and the categorization of emotions. *Psychological Bulletin*, 110, 426-450.
- Russell, J. A. (1994). Is there universal recognition of emotion from facial expression? A review of the cross-cultural studies. *Psychological Bulletin*, 115, 102-141.
- Russell, J. A. (1995). Facial expressions of emotion: What lies beyond minimal universality? *Psychological Bulletin*, 118, 379-391.
- Russell, J. A. y Feldman Barrett, L. (1999). Core affect, prototypical emotional episodes, and other things called *emotion*: Dissecting the elephant. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, 805-819.
- Russell, J. A. y Fernández-Dols, J. M. (1997). *The psychology of facial expression*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Russell, J. A., Fernández-Dols, J. M., Manstead, A. S. R. y Wellenkamp, J. C. (Eds.) (1995). *Everyday conceptions of emotion: An introduction to the psychology, anthropology, and linguistics of emotion*. Dordrecht: Kluwer Academic.
- Russell, J. A. y Lemay, G. (2000). Concepts of emotion. En M. Lewis y J. Haviland (Eds.), *Handbook of emotions* (2ª ed., pp. 491-503). Nueva York: Guilford Press.
- Russell, J. A., Lewicka, M. y Niit, T. (1989). A cross cultural study of a circumplex model of affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 848-856.
- Ryan, C. S. (2002). Stereotype accuracy. *European Review of Social Psychology*, 13, 75-109.
- Ryan, C. S., Park, B. y Judd, C. (1996). Assessing stereotype accuracy: Implications for understanding the stereotyping process. En C. N. Macrae, C. Stangor, y M. Hewstone (Eds.), *Stereotypes and stereotyping* (pp. 121-157). Londres: Guilford Press.
- Ryan, R. M. y Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development and well-being. *American Psychologist*, 55, 68-78.
- Ryff, C. D. y Singer, B. (2005). From social structure to biology: Integrative science in pursuit of human health and well-being. En C. R. Snyder y S. J. López (Eds.), *Handbook of positive psychology* (pp. 541-555). Oxford: Oxford University Press.

- Sabatier, C. y Berry, J. (1996). Inmigración y aculturación. En R. Y. Bourhis y J. P. Leyens (Eds.), *Estereotipos, discriminación y relaciones entre grupos* (pp. 217-240). Madrid: McGraw-Hill.
- Sabucedo, J. M. (1996). *Psicología política*. Madrid: Síntesis.
- Sabucedo, J. M., Grossi, J. y Fernández, C. (1998). Los movimientos sociales y la creación de un sentido común alternativo. En P. Ibarra y B. Tejerina (Eds.), *Los movimientos sociales. Transformaciones políticas y cambio cultural*. Madrid: Trotta.
- Sadava, S. W. (1997). Applied social psychology: An introduction. En S. W. Sadava y D. R. McCrear (Eds.), *Applied social psychology* (pp. 1-8). Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Sagarin, B. J., Cialdini, R. B., Rice, W. E. y Serna, S. B. (2002). Dispelling the illusion of invulnerability: The motivations and mechanisms of resistance to persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 526-541.
- Sakai, H. (1999). A multiplicative power-function model of cognitive dissonance: Toward an integrated theory of cognition, emotion, and behavior after Leon Festinger. En E. Harmon-Jones y J. Mills (Eds.), *Cognitive dissonance: Progress on a pivotal theory in social psychology* (pp. 207-294). Washington: American Psychological Association.
- Sakai, H. y Andow, K. (1980). Attribution of personal responsibility and dissonance reduction. *Japanese Psychological Research*, 22, 32-41.
- Salovey, P. y Birnbaum, D. (1989). Influence of mood on health-relevant cognitions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 539-551.
- Salovey, P., Mayer, J. D. y Rosenhan, D. L. (1991). Mood and helping: Mood as a motivator of helping and helping as a regulator of mood. En M. S. Clark (Ed.), *Review of personality and social psychology: Vol. 12. Prosocial behavior* (pp. 215-237). Newbury Park: Sage.
- Salovey, P. y Rothman, A. J. (1991). Envy and jealousy: Self and society. En P. Salovey (Ed.), *The psychology of jealousy and envy* (pp. 271-286). Nueva York: Guilford Press.
- Salovey, P. y Rothman, A. J. (2003). *Social psychology of health*. Nueva York: Psychology Press.
- Salovey, P., Rothman, A. J. y Rodin, J. (1996). Health behaviour. En D. T. Gilbert, S. T. Fiske y G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology* (4ª ed., Vol. 2, pp. 633-683). Nueva York: McGraw-Hill.
- Salvat (1998). [Software de ordenador]. *Enciclopedia Multimedia Salvat*.
- Samuel, W. (1975). *Contemporary social psychology: An introduction*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Sánchez, F., Rubio, J., Páez, D. y Blanco, A. (1998). Optimismo ilusorio y percepción de riesgo. *Boletín de Psicología*, 58, 7-17.
- Sánchez Vidal, A. (2002). *Psicología social aplicada*. Madrid: Pearson Educación.
- Sangrador, J. L. y Yela, C. (2000). What is beautiful is loved: Physical attractiveness in love relationships on a representative sample. *Social Behavior and Personality*, 28, 207-218.
- Sani, F. y Reicher, S. D. (1998). When consensus fails: An analysis of the schism within the Italian Communist Party. *European Journal of Social Psychology*, 28, 623-645.
- Sani, F. y Reicher, S. D. (1999). Identity, argument, and schism: Two longitudinal studies of the split in the Church of England over the ordination of women. *Group Processes and Intergroup Relations*, 2, 279-300.
- Sanmartín, J. (2005). *El terrorista. Cómo es. Cómo se hace*. Barcelona: Ariel.
- Sapsford, R. (1998). Domains of analysis. En R. Sapsford, A. Still, M. S. Wetherell, D. Miell y R. Steven, *Theory and social psychology* (pp. 65-74). Londres: Sage.
- Sassenberg, K. y Wieber, F. (2005). Don't ignore the other half: The impact of ingroup identification on implicit measures of prejudice. *European Journal of Social Psychology*, 35, 621-632.
- Satow, K. (1975). Social approval and helping. *Journal of Experimental Social Psychology*, 11, 501-509.
- Saucier, D. A., Miller, C. T. y Doucet, N. (2005). Differences in helping whites and blacks: A meta-analysis. *Personality and Social Psychology Review*, 9, 1, 2-16.
- Saxe, L. y Fine, M. (1980). Reorienting social psychology toward application: A methodological analysis. En L. Bickman (Ed.), *Applied social psychology annual* (Vol. 1, pp. 71-91). Beverly Hills: Sage.

- Schacter, D. L. (1999). *En busca de la memoria. El cerebro, la mente y el pasado*. Barcelona: Liberdúplex.
- Schacter, D. L., Cooper, L. A. y Treadwell, J. (1993). Preserved priming of novel objects across size transformation in amnesic patients. *Psychological Science*, 4, 331-335.
- Schachter, S. (1959). *The psychology of affiliation*. Stanford: Stanford University Press (Versión en castellano: *Psicología de la afiliación*. Buenos Aires: Paidós).
- Schachter, S. (1978). Pharmacological and psychological determinants of cigarette smoking. *Annals of Internal Medicine*, 88, 104-114.
- Schachter, S. y Singer, J. (1962). Cognitive, social and psychological determinants of emotional state. *Psychological Review*, 69, 379-399.
- Schaller, M. y Conway, L. G., III (1999). Influence of impression-management goals on the emerging contents of group stereotypes: Support for a social-evolutionary process. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, 819-833.
- Schaller, M., Faulkner, J., Park, J. H., Neuberg, S. L. y Kenrick, D. T. (2004). Impressions of danger influence impressions of people: An evolutionary perspective on individual and collective cognition. *Journal of Cultural and Evolutionary Psychology*, 2, 231-247.
- Schaller, M., Park, J. H. y Mueller, A. (2003). Fear of the dark: Interactive effects of beliefs about danger and ambient darkness on ethnic stereotypes. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29, 637-649.
- Schaller, M., Simpson, J. A. y Kenrick, D. T. (Eds.) (2006). *Evolution and social psychology*. Nueva York: Psychology Press.
- Schefflen, A. E. (1965). Quasi-courting behavior in psychotherapy. *Psychiatry*, 28, 245-257.
- Schein, V. E. (1973). The relationship between sex role stereotypes and requisite management characteristics. *Journal of Applied Psychology*, 57, 95-100.
- Schein, V. E. (2001). A global look at psychological barriers to women's progress in management. *Journal of Social Issues*, 57, 675-688.
- Scherer, K. R. (1984). Emotion: Functions and components. *Cahiers de Psychologie Cognitive*, 4, 9-39.
- Scherer, K. R. (1997). The role of culture in emotion-antecedent appraisal. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 902-922.
- Schizzerotto, Peri, Sniderman y Piazza, 1994, <http://csa.berkeley.edu:7502/archive.htm>.
- Schlenker, B. R. (1980). *Impression management: The self-concept, social identity, and interpersonal relations*. Monterey: Brooks/Cole.
- Schlenker, B. R. y Weigold, M. F. (1992). Interpersonal processes involving impression regulation and management. *Annual Review of Psychology*, 43, 133-188.
- Schmitt, D. P. y otros (2004). Patterns and universals of adult romantic attachment across 62 cultural regions. Are models of self and others pancultural constructs? *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 35, 367-402.
- Schmitt, D. R. y Marwell, G. (1972). Withdrawal and reward reallocation as responses to inequity. *Journal of Experimental Social Psychology*, 8, 207-221.
- Schneider, D. J. (2005). *The psychology of stereotyping*. Nueva York: Guilford Press.
- Schneider, E. M. (2000). *Battered women and feminist lawmaking*. New Haven: Yale University Press.
- Schneider, F. W., Gruman, J. A. y Coutts, L. M. (2005). Defining the field of applied social psychology. En F. W. Schneider, J. A. Gruman y L. M. Coutts (Eds.), *Applied social psychology*. Thousand Oaks: Sage.
- Schneider, K. T., Hitlan, R. T. y Radhakrishnan, P. (2000). An examination of the nature and correlates of ethnic harassment experiences in multiple contexts. *Journal of Applied Psychology*, 85, 3-12.
- Schramm, W. (1971). *The nature of communication between humans*. Urbana: University of Illinois Press.
- Schroeder, D. A., Penner, L., Dovidio, J. F., y Piliavin, J. A. (1995). *The psychology of helping and altruism: Problems and puzzles*. Nueva York: McGraw-Hill.
- Schuller, R. A., Smith, V. L. y Olson, J. M. (1994). Jurors' decisions in trial of battered women who kill: The role of prior beliefs and expert testimony. *Journal of Applied Social Psychology*, 24, 316-337.

- Schuman, H., Belli, R. y Bischoping, K. (1998). La base generacional del conocimiento histórico. En D. Páez, J. Valencia, J. Pennabaker, B. Rimé, y D. Jodelet (Eds.), *Memoria colectiva de procesos políticos y culturales* (pp. 317-339). Bilbao: Servicios Editoriales de la UPV.
- Schuman, H. y Scott, J. (1989). Generations and collective memory. *American Sociological Review*, 54, 359-381.
- Schuster, M. A., Stein, B. D., Jaycox, L. H., Collins, R. L., Marshall, G. N., Elliott, M. N., Zhou, A. J., Kanouse, D. E., Morrison, J. L. y Berry, S. H. (2001). A national survey of stress reactions after the september 11, 2001, terrorist attacks. *The New England Journal of Medicine*, 345 (20), 1507-1512.
- Schusterman, R. J., Reichmuth, C. J. y Kastak, D. (2000). How animals classify friends and foes. *Current Directions in Psychological Science*, 9, 1-6.
- Schutte, N. S., Malouff, J. M., Bobik, C., Coston, T. D., Greeson, C., Jedlicka, C., Rhodes, E. y Wendorf, G. (2001). Emotional intelligence and interpersonal relations. *Journal of Social Psychology*, 141, 523-536.
- Schwartz, B., Zerubal, Y. y Barnett, B. M. (1986). The recovery of Masada: A study in collective memory. *The Sociological Quarterly*, 27 (2), 147-164.
- Schwartz, S. H. (1977). Normative influences on altruism. En L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 10, pp. 221-279). Nueva York: Academic Press.
- Schwartz, S. H. (1994). Beyond individualism/collectivism: New cultural dimensions of values? En U. Kim, H. C. Triandis, Ç. Kagitçibasi, S. Choi y G. Yoon (Eds.), *Individualism and collectivism: Theory, methods and applications* (pp. 85-119). Thousands Oaks: Sage.
- Schwartz, S. H. (2001). ¿Existen aspectos universales en la estructura y contenido de los valores humanos? En M. Ros y V. Gouveia (Eds.), *Psicología social de los valores humanos* (pp. 53-77). Madrid: Biblioteca Nueva.
- Schwartz, S. H. y Bilsky, W. (1987). Towards a universal psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 550-562.
- Schwartz, S. H. y Bilsky, W. (1990). Towards a theory of the universal content and structure of values: Extension and cross-cultural replications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 878-891.
- Schwartz, S. H. y Howard, J. A. (1981). A normative decision-making model of altruism. En J. P. Rushton y R. M. Sorrentino (Eds.), *Altruism and helping behavior* (pp. 189-211). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Schwartz, S. H. y Ros, M. (1995). Values in the West: A theoretical and empirical challenge to the individualism-collectivism cultural dimensions. *World Psychology*, 1, 91-122.
- Schwarz, N. y Bohner, G. (2001). The construction of attitudes. En A. Tesser y N. Schwarz (Eds.), *Blackwell handbook of social psychology: Intraindividual processes* (pp. 436-457). Balden: Blackwell.
- Schwarz, N. y Clore, G. L. (1983). Mood, misattribution and judgments of well-being: Informative and directive functions of affective states. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 513-523.
- Schwarzer, R. y Leppin, A. (1992). Possible impact of social ties and support on morbidity and mortality. En H. O. F. Veiel y U. Baumann (Eds.), *The meaning and measurement of social support* (pp. 65-83). Washington: Hemisphere.
- Sczesny, S. (2003). A closer look beneath the surface: Various facets of the think-manager-think-male stereotype. *Sex Roles*, 49, 353-363.
- Sears, D. O. y Kinder, D. R. (1985). Whites' opposition to bussing: On conceptualizing and operationalizing group conflict. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48, 1141-1147.
- Secord, P. F. y Backman, C. W. (1964). *Social psychology*. Nueva York: McGraw-Hill.
- Sedikides, C. y Skowronski, J. J. (1991). The law of cognitive structure activation. *Psychological Inquiry*, 2, 169-184.
- Seeman, M. (1991). Alienation and anomie. En J. P. Robinson, P. R. Shaver y L. S. Wrightsman (Eds.), *Measures of personality and social psychological attitudes* (pp. 291-372). San Diego: Academic Press.
- Segall, M. H. (1984). More than we need to know about cultures, but are afraid not to ask. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 15, 153-162.

- Segall, M. H. (1988). Cultural roots of aggressive behavior. En M. H. Bond (Ed.), *The cross-cultural challenge to social psychology* (pp. 208-217). Londres: Sage.
- Seiter, J. S. y Gass, R. H. (2004). A rationale for studying persuasion. En J. S. Seiter y R. H. Gass (Eds.), *Perspectives on persuasion, social influence and compliance gaining*. Nueva York: Pearson.
- Seligman, M. E. P. (1975). *Helplessness*. San Francisco: Freeman.
- Seligman, M. E. P. (2003). *La auténtica felicidad*. Barcelona: Vergara (Original publicado en 2002).
- Selye, H. (1956). *The stress of life*. Nueva York: McGraw-Hill.
- Selye, H. (1976). *The stress of life* (edición revisada). Nueva York: McGraw-Hill.
- Semetko, H. (1995). Investigación sobre tendencias de la agenda-setting de los noventa. En A. Muñoz-Alonso y J. Rospir (comps.), *Comunicación política* (pp. 221-242). Madrid: Universitas.
- Semin, G. R. y Fiedler, K. (Eds.) (1996). *Applied social psychology*. Londres: Sage.
- Senn, C. Y. (2005). You can change the world: Action, participatory, and activist research. En F. W. Schneider, J. A. Gruman y L. M. Coutts (Eds.), *Applied social psychology*. Thousand Oaks: Sage.
- Seoane, J., Garzón, A., Herrera, M. y Garcés, J. (1988): Movimientos sociales y violencia política. En J. Seoane y A. Rodríguez (Eds.), *Psicología política* (pp. 195-228). Madrid: Pirámide.
- Sever, A. y Yurdakul, G. (2001). Culture of honor, culture of change: A feminist analysis of honor killings in rural Turkey. *Violence Against Women*, 7, 9, 964-968.
- Shackelford, T. K. (2001). Self-esteem in marriage. *Personality and Individual Differences*, 30, 371-390.
- Sharpsteen, D. J. (1995). The effects of relationships and self-esteem threats on the likelihood of romantic jealousy. *Journal of Social and Personal Relationships*, 12, 89-101.
- Shaver, K. G. (1970). Defensive attribution: Effects of severity and relevance on the responsibility assigned for an accident. *Journal of Personality and Social Psychology*, 14, 101-113.
- Shaver, P., Schwartz, J., Kirson, D. y O'Connor, C. (1987). Emotion knowledge: Further exploration of a prototype approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 1061-1086.
- Shaw, E. (1979). Agenda-setting and mass communication theory. *International Journal for Mass Communication Studies*, 25, 96-105.
- Shaw, J. I., Borough, H. W. y Fink, M. I. (1994). Perceived sexual orientation and helping behavior by males and females: The wrong number technique. *Journal of Social Psychology*, 134, 413-420.
- Sheldon, K. M. y Bettencourt, B. A. (2002). Psychological need-satisfaction and subjective well-being within social groups. *British Journal of Social Psychology*, 41, 25-38.
- Sheppard, J. A. y Strathman, A. J. (1989). Attractiveness and height: The role of stature in dating preference, frequency of dating, and perceptions of attractiveness. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 15, 617-627.
- Sherif, C. W., Sherif, M. y Nebergall, R. E. (1963). *Attitude and attitude change: The social judgment-involvement approach*. Filadelfia: Saunders.
- Sherif, M. (1936). *The psychology of social norms*. Nueva York: Harper.
- Sherif, M. (1966). *In common predicament: Social psychology of intergroup conflict and cooperation*. Boston: Houghton-Mifflin.
- Sherif, M., Harvey, O. J., White, B. J., Hood, W. E. y Sherif, C. W. (1961). *Intergroup conflict and cooperation: The Robbers Cave experiment*. Norman: Institute of Group Relations, University of Oklahoma.
- Sherif, M. y Sherif, C. W. (1953). *Groups in harmony and tension*. Nueva York: Harper.
- Sherif, M. y Sherif, C. W. (1969). *Social psychology*. Nueva York: Harper.
- Sherman, J. W. (en prensa). Controlled influences on implicit measures: Confronting the myth of process-purity and taming the cognitive monster. En R. E. Petty, R. H. Fazio, y P. Briñol (Eds.), *Attitudes: Insights from the new implicit measures*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- Sherman, S. J., Judd, C. M. y Park, B. (1989). Social Cognition. *Annual Review of Psychology*, 40, 281-326.

- Shih, M., Pittinsky, T. L. y Ambady, N. (1999). Stereotype susceptibility: Identity salience and shifts in quantitative performance. *Psychological Science*, 10, 81-84.
- Shrauger, J. S. y Schoeneman, T. J. (1979). Symbolic interactionist view of self-concept: Through the glass darkly. *Psychological Bulletin*, 86, 549-573.
- Shulz, T. R. y Lepper, M. R. (1996). Cognitive dissonance reduction as constrain satisfaction. *Psychological Review*, 103, 219-240.
- Sidanius, J. y Pratto, F. (1999). *Social dominance: An intergroup theory of social hierarchy and oppression*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Sigall, H. y Landy, D. (1973). Radiating beauty: The effects of having a physically attractive partner on person perception. *Journal of Personality and Social Psychology*, 28, 218-224.
- Sigall, H. y Ostrove, N. (1975). Beautiful but dangerous: Effects of offender attractiveness and nature of the crime on juridic judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 410-414.
- Sigelman, C. K., Thomas, D. B., Sigelman, L. y Robich, F. D. (1986). Gender, physical attractiveness, and electability: An experimental investigation of voter biases. *Journal of Applied Social Psychology*, 16, 229-248.
- Silván-Ferrero, M. P. y Bustillos, A. (2007). Adaptación de la Escala de Orientación a la Dominancia Social al castellano. Validación de la dominancia grupal y la oposición a la igualdad como factores subyacentes. *Revista de Psicología Social*, 22 (1), 3-15.
- Simon, B. (1997). Self and group in modern society: Ten theses on the individual self and the collective self. En R. Spears, P. J. Oakes, N. Ellemers y S. A. Haslam (Eds.), *The social psychology of stereotyping and group life* (pp. 318-335). Oxford: Blackwell.
- Simon, B. (1999). A place in the world: Self and social categorization. En T. R. Tyler, R. M. Krasner y O. P. John (Eds.), *The psychology of the social self* (pp. 47-69). Mahwah: L. Erlbaum.
- Simon, B. (2004). *Identity in modern society: A social psychological perspective*. Oxford: Blackwell.
- Simon, B. y Hastedt, C. (1999). Self-aspects as social categories: The role of personal importance and valence. *European Journal of Social Psychology*, 29, 479-487.
- Simon, B., Hastedt, C. y Aufderheide, B. (1997). When self-categorization makes sense: The role of meaningful social categorization in minority and majority members self-perception. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 310-320.
- Simon, B. y Kampmeier, C. (2001). Revisiting the individual self: Toward a social-psychological theory of the individual self and the collective self. En C. Sedikides y M. B. Brewer (Eds.), *Individual self, relational self, collective self* (pp. 199-218). Filadelfia: Taylor & Francis.
- Simon, B., Pantaleo, G. y Mummendey, A. (1995). Unique individual or interchangeable group member? The accentuation of intragroup differences versus similarities as an indicator of the individual self versus the collective self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 106-119.
- Simon, L., Greenberg, J. y Brehm, J. (1995). Trivialization: The forgotten mode of dissonance reduction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 247-260.
- Simon, L., Greenberg, J., Harmon-Jones, E., Solomon, S., Pyszczynski, T., Arndt, J. y Abend, T. (1997). Terror management and cognitive experiential self-theory: Evidence that terror management occurs in the experiential system. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 1132-1146.
- Simpson, J. A. (1990). Influence of attachment styles on romantic relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 971-980.
- Simpson, J. A., Campbell, B. y Berscheid, E. (1986). The association between romantic love and marriage: Kephart twice revisited. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 12, 363-372.
- Simpson, J. A., Gangestad, S. W. y Lerma, M. (1990). Perception of physical attractiveness: Mechanisms involved in the maintenance of romantic relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1192-1201.
- Simpson, J. A. y Kenrick, D. T. (Eds.) (1997). *Evolutionary social psychology*. Mahwah: L. Erlbaum.

- Singelis, T. M. (1994). The measurement of independent and interdependent self-construals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20, 580-591.
- Singh, D. (1993). Adaptive significance of female physical attractiveness: Role of waist to hip ratio. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 293-307.
- Skrypnek, B. J. y Snyder, M. (1982). On the self-perpetuating nature of stereotypes about women and men. *Journal of Experimental Social Psychology*, 18, 277-291.
- Skurnik, I., Yoon, C., Park, D. C., y Schwarz, N. (2005). How warnings about false claims become recommendations. *Journal of Consumer Research*, 31, 713-724.
- Slavin, R. E. (1995). *Cooperative learning: Theory, research and practice* (2ª ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Slusher, N. P. y Anderson, C. A. (1996). Using casual persuasive arguments to change beliefs and teach new information. The mediating role of explanation availability and evaluation bias in the acceptance of knowledge. *Journal of Educational Psychology*, 88, 110-122.
- Smart, L. y Wegner, D. M. (2000). The hidden costs of hidden stigma. En T. F. Heatherton, R. E. Kleck, M. R. Helb y J. G. Hull (Eds.), *The social psychology of stigma* (pp. 220-242). Londres: Guilford Press.
- Smelser, N. (1989). *Teoría del comportamiento colectivo*. México: Fondo de Cultura Económica (Original publicado en 1962).
- Smith, A. y Stansfeld, S. (1986). Aircraft noise exposure, noise sensitivity and everyday errors. *Environment and Behavior*, 18, 214-226.
- Smith, C. A. y Ellsworth, P. C. (1985). Patterns of cognitive appraisal in emotion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48, 813-838.
- Smith, E. R. (1993). Social identity and social emotions: Toward new conceptualizations of prejudice. En D. M. Mackie y D. L. Hamilton (Eds.), *Affect, cognition and stereotyping. Interactive processes in group perception* (pp. 297-315). Nueva York: Academic Press.
- Smith, E. R. (1999). Affective and cognitive implications of a group becoming part of the self: New models of prejudice and of the self-concept. En D. Abrams y M. A. Hogg (Eds.), *Social identity and social cognition* (pp. 183-196). Oxford: Blackwell.
- Smith, E. R. y DeCoster, J. (2000). Dual process models in social and cognitive psychology: Conceptual integration and links to underlying memory systems. *Personality and Social Psychology Review*, 4, 108-131.
- Smith, E. R. y Mackie, D. M. (1997). *Psicología social*. Madrid: Panamericana.
- Smith, E. R. y Zárate, M. A. (1992). Exemplar-based model of social judgment. *Psychological Review*, 99, 3-21.
- Smith, J. C. (1991). *National identity*. Londres: Penguin.
- Smith, P. B. y Bond, M. H. (1993). *Social psychology across cultures*. Nueva York: Harvester Wheatsheaf.
- Smith, P. B. y Bond, M. H. (1998). *Social psychology across cultures* (2ª ed.) Londres: Prentice Hall.
- Smith, P. B., Dugan, S. y Trompenaars, F. (1996). National culture and the values of organizational employees: A dimensional analysis across 43 nations. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 27, 231-264.
- Smith, R. J. y Knowles, E. S. (1978). Attributional consequences of personal space invasions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 4, 429-433.
- Smith, S. M. y Shaffer, D. R. (1991). Celerity and cajolery: Rapid speech may promote or inhibit persuasion through its impact on message elaboration. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17, 663-669.
- Smyth, M. M. y Fuller, R. C. G. (1972). Effects of group laughter on responses to humorous materials. *Psychological Reports*, 30, 132-134.
- Snow, D. A. (1980). The disengagement process: A neglected problem in participant observation research. *Qualitative Sociology*, 3 (2), 100-122.
- Snow, D. A. y Oliver, P. (1995). Social movements and collective behavior: Social psychological dimensions and considerations. En K. Cook, G. A. Fine y J. S. House (Eds.), *Sociological perspectives on social psychology*. Boston: Allyn & Bacon.

- Snow, D. A., Rochford, E., Worden, S. y Benford, R. (1986). Frame alignment processes, micromobilization and movement participation. *American Sociological Review*, 51, 464-481.
- Snyder, C. R. y Fromkin, H. L. (1977). Abnormality as a positive characteristic: The development and validation of a scale measuring need for uniqueness. *Journal of Abnormal Psychology*, 86, 518-527.
- Snyder, C. R. y Fromkin, H. L. (1983). *Uniqueness: The human pursuit of difference*. Nueva York: Plenum Press.
- Snyder, C. R., Lassegard, M. y Ford C. (1986). Distancing after group success and failure: Basking in reflected glory and cutting off reflected failure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 382-388.
- Snyder, M. (1987). *Public appearances/private realities: The psychology of self-monitoring*. Nueva York: Freeman.
- Snyder, M. y Gangestad, S. (1986). On the nature of self-monitoring: Matters of assessment, matters of validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 125-139.
- Snyder, M. y Stukas, A. A. (1999). Interpersonal processes: The interplay of cognitive, motivational and behavioural activities in social interaction. *Annual Review of Psychology*, 50, 273-303.
- Snyder, M., Tanke, E. y Berscheid, E. (1977). Social perception and interpersonal behavior: On the self-fulfilling nature of social stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 656-666.
- Sober, E. y Wilson, D. S. (1998). *Unto others: The evolution and psychology of unselfish behavior*. Cambridge: Harvard University Press (Versión en castellano: *El comportamiento altruista. Evolución y psicología*. Madrid: Siglo XXI).
- Sobral, J. (1996). Psicología social jurídica. En J. L. Álvaro, A. Garrido y J. R. Torregrosa (Eds.), *Psicología social aplicada* (pp. 253-268). Madrid: McGraw-Hill.
- Sommer, R. (1969). *Personal space: The basis of behavioral design*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Sorrentino, R. M., Cohen, D., Olson, J. M. y Zanna, M. P. (2005). *Cultural and social behavior. The Ontario Symposium*, V. 10. Londres: L. Erlbaum.
- Souweidane, V. y Huesmann, L. R. (1999). The influence of American urban culture on the development of normative beliefs about aggression in Middle-eastern immigrants. *American Journal of Community Psychology*, 27, 2, 239-254.
- Spacapan, S. y Oskamp, S. (1988). *The social psychology of health*. Beverly Hills: Sage.
- Spears, R. (2001). The interaction between the individual self and the collective self: Self-categorization in context. En C. Sedikides y M. B. Brewer (Eds.), *Individual self, relational self, collective self* (pp. 171-198). Filadelfia: Psychology Press.
- Spears, R. (2002). Four degrees of stereotype formation: Differentiation by any means necessary. En C. McGarty, V. Yzerbyt y R. Spears (Eds.), *Stereotypes as explanations. The formation of meaningful beliefs about social groups* (pp. 127-156). Cambridge: Cambridge University Press.
- Spears, R., Doosje, B. y Ellemers, N. (1999). Commitment and the context of social perception. En N. Ellemers, R. Spears y B. Doosje (Eds.), *Social identity: Context, commitment, content* (pp. 59-83). Oxford: Blackwell.
- Spence, J. T. (1985). Gender identity and implications for concepts of masculinity and femininity. En T. B. Sonderegger (Ed.), *Nebraska Symposium on Motivation: Psychology and Gender* (Vol. 32, pp. 59-96). Lincoln: University of Nebraska Press.
- Spence, J. T. (1993). Gender-related traits and gender ideology: Evidence for a multifactorial theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 624-635.
- Spence, J. T. (1999). Thirty years of gender research: A personal chronicle. En W. B. Swann, J. H. Langlois y L. A. Gilbert (Eds.), *Sexism and stereotypes in modern society* (pp. 255-289). Washington: American Psychological Association Press.
- Spence, J. T. y Buckner, C. E. (2000). Instrumental and expressive traits, trait stereotypes, and sexist attitudes. *Psychology of Women Quarterly*, 24, 44-62.

- Spence, J. T., Helmreich, R. L. y Stapp, J. (1974). The Personal Attributes Questionnaire: A measure of sex role stereotypes and masculinity-femininity. *JSAS: Catalog of Selected Documents in Psychology*, 4, 43-44.
- Sporer, S. J., Penrod, S., Read, J. D. y Cutler, B. L. (1995). Gaining confidence in confidence: A new meta-analysis on the confidence-accuracy relationship in eyewitness identification. *Psychological Bulletin*, 118, 3, 315-327.
- Sprecher, S. y Duck, S. (1994). Sweet talk: The importance of perceived communication for romantic and friendship attraction experienced through multidimensional scaling. *Journal of Experimental Social Psychology*, 29, 493-527.
- Staats, A. W., y Staats, C. (1958). Attitudes established by classical conditioning. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67, 159-167.
- Stangor, C. y Jost, J. T. (1997). Commentary: Individual, group and system levels of analysis and their relevance for stereotyping and intergroup relations. En R. Spears, P. J. Oakes, N. Ellemers y S. A. Haslam (Eds.), *The social psychology of stereotyping and group life* (pp. 336-358). Oxford: Blackwell.
- Stangor, C. y McMillan, D. (1992). Memory for expectancy-congruent and expectancy-incongruent information: A review of the social and social-developmental literatures. *Psychological Bulletin*, 111, 42-61.
- Stangor, C. y Schaller, M. (1996). Stereotypes as individual and collective representations. En C. N. Macrae, C. Stangor y M. Hewstone (Eds.), *Stereotypes and stereotyping* (pp. 3-35). Londres: Guilford Press.
- Stansfeld, S. A., Berglund, B., Clark, C., Lopez-Barrio, I., Fischer, P., Öhrström, E., Haines, M. M., Head, J., Hygge, S., van Kamp, I. y Berry, B. F. (2005). Aircraft and road traffic noise and children's cognition and health: A cross-national study. *Lancet*, 365 (9475), 1942-1949.
- Staub, E. (1999). The roots of evil: Social conditions, culture, personality and basic human needs. *Personality and Social Psychology*, 3, 3, 179, 192.
- Steele, C. M. (1988). The psychology of self-affirmation: Sustaining the integrity of the self. En L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (vol. 21, pp. 261-302). San Diego: Academic Press.
- Steele, C. M. (1997). A threat in the air: How stereotypes shape intellectual identity and performance. *American Psychologist*, 52, 613-629.
- Steele, C. M. y Aronson, J. (1995). Stereotype threat and the intellectual test performance of African Americans. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 797-811.
- Steele, C. M. y Lui, T. J. ((1983). Dissonance processes as self-affirmation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 5-19.
- Steele, C. M., Southwick, L. L. y Crichtolow, B. (1981). Dissonance and alcohol: Drinking your troubles away. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41, 831-846.
- Steele, C. M., Spencer, S. J. y Lynch, M. (1993). Dissonance and affirmational resources. Resilience against self-image threats. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 885-896.
- Stephan, W. G. (1985). Intergroup relations. En G. Lindzey y E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology* (3ª ed., Vol. 2, pp. 599-658). Nueva York: Random House.
- Stephan, W. G. y Finlay, K. (1999). The role of empathy in improving intergroup relations. *Journal of Social Issues*, 55, 729-743.
- Stephan, W. G. y Stephan, C. W. (1993). Cognition and affect in stereotyping: Parallel interactive networks. En D. M. Mackie y D. L. Hamilton (Eds.), *Affect, cognition, and stereotyping: Interactive processes in group perception* (pp. 111-136). San Diego: Academic Press.
- Stephan, W. G. y Stephan, C. W. (2000). An integrated threat theory of prejudice. En S. Oskamp (Ed.), *Reducing prejudice and discrimination* (pp. 23-45). Mahwah: L. Erlbaum.
- Stephan, W. G., Stephan, C. W., y de Vargas, M. C. (1996). Emotional expression in Costa Rica and the United States. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 27, 147-160.
- Stephens, W. (1963). *The family in cross-culture perspective*. Nueva York: Holt, Rinehart & Winston.
- Sternberg, R. J. (1986). A triangular theory of love. *Psychological Review*, 93, 119-135.
- Sternberg, R. J. (1987). *The triangle of love: Intimacy, passion, commitment*. Nueva York: Basic Books.

- Sternberg, R. J. (1988). Triangulating love. En R. J. Sternberg y M. L. Barnes (Eds.), *The psychology of love* (pp. 119-138). New Haven: Yale University Press.
- Stewart, A. I., Ware, J. E. y Brook, R. H. (1987). Advances in the measurement of functional status: Construction of aggregate indexes. *Medical Care*, 19, 473-488.
- Stiff, J. B. (1994). *Persuasive communication*. Nueva York: Guilford Press.
- Stokols, D. (1972). On the distinction between density and crowding: Some implications for future research. *Psychological Review*, 79, 275-278.
- Stokols, D. (1979). A congruence analysis of human stress. En I. G. Sarason y C. D. Spielberger (Eds.), *Stress and anxiety* (Vol 6, pp. 27-53). Nueva York: Wiley.
- Stokols, D. (1987). Conceptual strategies of environmental psychology. En D. Stokols y I. Altman (Eds.), *Handbook of environmental psychology* (Vol. 1, pp. 41-70). Nueva York: Wiley.
- Stokols, D. y Altman, I. (Eds.) (1987). *Handbook of environmental psychology*. Nueva York: Wiley.
- Stone, J. (1999). What exactly have I done? The role of self-attribute accessibility in dissonance. En E. Harmon-Jones y J. Mills (Eds.), *Cognitive dissonance: Progress on a pivotal theory in social psychology* (pp. 175-200). Washington: American Psychological Association.
- Stone, J. (2003). Self-consistency for low self-esteem in dissonance processes: The role of self standards. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29, 846-857.
- Stone, J., Aronson, E., Crain, A. L., Winslow, M. P. y Fried, C. B. (1994). Inducing hypocrisy as a means of encouraging young adults to use condoms. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20, 116-128.
- Stone, J. y Cooper, J. (2001). A self-standard model of cognitive dissonance. *Journal of Experimental Social Psychology*, 37, 228-243.
- Stone, J. y Cooper, J. (2003). The effect of self-attribute relevance on how self-esteem moderates attitude change in dissonance processes. *Journal of Experimental Social Psychology*, 39, 508-515.
- Stoner, J. A. (1961). *A comparison of individual and group decisions involving risk*. Tesis inédita. School of Industrial Management, Massachusetts Institute of Technology.
- Storms, M. (1973). Videotape and the attribution process: Reversing actors' and observers' points of view. *Journal of Personality and Social Psychology*, 27, 165-175.
- Stott, C. y Reicher, S. D. (1998). Crowd action as intergroup process: Introducing the police perspective. *European Journal of Social Psychology*, 26, 509-529.
- Stouffer, S. y cols. (1949). *The American soldier: Adjustment during army life* (Vol. 1). Princeton: Princeton University Press.
- Strack, F. y Deutsch, R. (2004). Reflective and impulsive determinants of social behavior. *Personality and Social Psychology Review*, 8, 220-247.
- Strack, F., Martin, L. y Stepper, S. (1988). Inhibiting and facilitating conditions of the human smile: A nonobtrusive test of the facial feedback hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 768-777.
- Straus, M. A. y Gelles, R. J. (Eds.) (1990). *Physical violence in American families*. New Brunswick: Transaction.
- Stroebe, W. e Insko, C. A. (1989). Stereotype, prejudice, and discrimination: Changing conceptions in theory and research. En D. Bar-Tal, C. F. Graumann, A. W. Kruglanski y W. Stroebe (Eds.), *Stereotyping and prejudice: Changing conceptions* (pp. 3-34). Nueva York: Springer-Verlag.
- Stroebe, W. y Stroebe, M. (1995). *Social psychology and health*. Buckingham: Open University Press.
- Stroebe, W. y Stroebe, M. (1996). The social psychology of social support. En E. T. Higgins y A. W. Kruglanski (Eds.), *Social psychology. Handbook of basic principles* (pp. 597-621). Nueva York: Guilford Press.
- Stroebe, W., Stroebe, M., Schut, H. y Abakoumkin, G. (1996). The role of loneliness and social support in adjustment to loss: A test of attachment versus stress theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 1241-1249.

- Suh, E., Diener, E. y Fujita, F. (1996). Events and subjective well-being: Only recent events matters. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 527-539.
- Sullivan, T., Thompson, K., Wright, R., Gross, G. y Spady, D. (1980). *Social problems: Divergent perspectives*. Nueva York: Wiley.
- Sulman, F. G., Levy, D., Levy, A., Pfeifer, Y., Saperstein, E. y Tal, E. (1974). Ionometry of hot, dry desert winds (sharav) and application of ionizing treatment to weather-sensitive patients. *International Journal of Biometereology*, 18, 393.
- Sumner, W. G. (1906). *Folkways*. Boston: Ginn.
- Sundie, J. M., Cialdini, R. B., Griskevicius, V. y Kenrick, D. T. (2006). Evolutionary social influence. En M. Schaller, J. A. Simpson y D. T. Kenrick (Eds.), *Evolution and social psychology* (pp. 287-316). Nueva York: Psychology Press.
- Surra, C. y Milardo, R. (1991). The social psychological context of developing relationships: Interactive and psychological networks. En D. Perlman y W. Jones (Eds.), *Advances in personal relationships* (Vol. 3, pp. 1-36). Londres: Jessica Kingsley.
- Sutherland, S. (1996). *Irracionalidad. El enemigo interior*. Madrid: Alianza (Original publicado en 1992).
- Swann, W. B., Jr. (1983). Self-verification: Bringing social reality into harmony with the self. En J. Suls y A. G. Greenwald (Eds.), *Social psychological perspectives on the self* (Vol. 2, pp. 33-66). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Swann, W. B., Jr. (1990). To be adored or to be known? The interplay of self-enhancement and self-verification. En R. M. Sorrentino y E. T. Higgins (Eds.), *Motivation and cognition* (pp. 404-448). Nueva York: Guilford Press.
- Swann, W. B., Jr., de La Ronde, C. y Hixon, J. G. (1994). Authenticity and positivity strivings in marriage and courtship. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 857-869.
- Swann, W. B., Jr., Hixon, J. G., y De La Ronde, C. (1992). Embracing the bitter truth: Negative self-concepts and marital commitment. *Psychological Science*, 3, 118-121.
- Swann, W. B., Jr. y Seyle, C. (2005). Personality psychology's comeback and its emerging symbiosis with social psychology. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20, 2, 25-34.
- Swidler, A. y Ardit, J. (1994). The new sociology of knowledge. *Annual Review of Sociology*, 20, 305-329.
- Swim, J. K. y Stangor, C. (Eds.) (1998). *Prejudice: The target's perspective*. San Diego: Academic Press.
- Symons, D. (1979). *The evolution of human sexuality*. Nueva York: Oxford University Press.
- Sztompka, P. (1995). *Sociología del cambio social*. Madrid: Alianza.
- Tajfel, H. (1969). Cognitive aspects of prejudice. *Journal of Social Issues*, 25, 79-97.
- Tajfel, H. (1970). Experiments in intergroup discrimination. *Scientific American*, 223, 96-102.
- Tajfel, H. (1972). La catégorisation sociale. En S. Moscovici (Ed.), *Introduction à la psychologie sociale* (Vol. 1, pp. 272-302). París: Larousse.
- Tajfel, H. (1978). Social categorization, social identity and social comparison. En H. Tajfel (Ed.), *Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations* (pp. 61-76). Londres: Academic Press.
- Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories*. Cambridge: Cambridge University Press (Versión en castellano: *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Herder, 1984).
- Tajfel, H. (1981). Social stereotypes and social groups. En J. C. Turner y H. Giles (Eds.), *Intergroup behavior* (pp. 144-167). Oxford: Blackwell.
- Tajfel, H. (Ed.) (1982). *Social identity and intergroup relations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tajfel, H., Flament, C., Billig, M. G. y Bundy, R. F. (1971). Social categorization and intergroup behavior. *European Journal of Social Psychology*, 1, 149-177.
- Tajfel, H. y Turner J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. En W. G. Austin y S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33-47). Monterey: Brooks/Cole.

- Tajfel, H. y Turner, J. C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. En S. Worchel y W. G. Austin (Eds.), *Psychology of intergroup relations* (2ª ed., pp. 7-24). Chicago: Nelson-Hall (Versión en castellano: La teoría de la identidad social de la conducta intergrupal. En J. F. Morales y C. Huici (Comps.), *Lecturas de Psicología Social* (pp. 225-259). Madrid: UNED, 1989).
- Tajfel, H. y Wilkes, A. L. (1963). Classification and quantitative judgement. *British Journal of Psychology*, 54, 101-114.
- Tarrow, S. (1997). *El poder en movimiento*. Madrid: Alianza (Original publicado en 1994).
- Taylor, D. M. y McKirnan, D. J. (1984). A five-stage model of intergroup relations. *British Journal of Social Psychology*, 23, 291-300.
- Taylor, D. M. y Moghaddam, F. M. (1994). *Theories of intergroup relations. International social psychological perspectives*. Londres: Praeger.
- Taylor, R. B. (1988). *Human territoriality functioning*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Taylor, S. E. (1975). On inferring one's attitude from one's behavior: Some delimiting conditions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 126-131.
- Taylor, S. E. (1991). Asymmetrical effects of positive and negative events: The mobilization-minimization hypothesis. *Psychological Bulletin*, 110, 67-85.
- Taylor, S. E. y Brown, J. D. (1988). Illusion and well-being: A social psychological perspective on mental health. *Psychological Bulletin*, 103, 193-210.
- Taylor, S. E., Fiske, S. T., Etcoff, N. y Ruderman, A. (1978). Categorical bases of person memory and stereotyping. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, 778-793.
- Taylor, S. E., Peplau, L. y Sears, D. (1994). *Social psychology* (8ª ed.). Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Taylor, S. E., Sherman, D. K., Kim, H. S., Jarcho, J., Takagi, K. y Duncan, M. (2004). Culture and social support: Who seeks it and why? *Journal of Personality and Social Psychology*, 87, 3542-3562.
- Taylor, V. (1989). Social movement continuity: The women's movement in Abeyance. *American Sociological Review*, 54, 761-775.
- Teasdale, J. D. y Russell, M. L. (1983). Differential effects of induced mood on the recall of positive, negative, and neutral words. *British Journal of Clinical Psychology*, 22, 163-171.
- Tedeschi, J. T. (1988). How does one describe a platypus? An outsider's question for cross-cultural psychology. En M. H. Bond (Ed.), *The cross-cultural challenge to social psychology* (pp. 14-28). Thousand Oaks: Sage.
- Tedeschi, J. T. (1997). A social interactionist interpretation of the motives for youth violence. En D. W. Osgood (Ed.), *Motivation and delinquency* (pp. 179-222). Lincoln: University of Nebraska Press.
- Tedeschi, J. T., Schlenker, B. R. y Bonoma, T. V. (1971). Cognitive dissonance: Private ratiocination or public spectacle? *American Psychologist*, 26, 685-695.
- Tedeschi, R. G. y Calhoun, L. G. (1996). The Post-Traumatic Growth Inventory: Measuring the positive legacy of trauma. *Journal of Traumatic Stress*, 9, 455-471.
- Tennen, H. y Affleck, G. (2005). Benefit-finding and benefit-reminding. En C. R. Snyder y S. J. López (Eds.), *Handbook of positive psychology* (pp. 584-597). Oxford: Oxford University Press.
- Terrance, C. A. y Matheson, K. (2003). Undermining reasonableness: Expert testimony in a case involving a battered woman who kill. *Psychology of Women Quarterly*, 27, 37-45.
- Tesser, A. (1988). Toward a self evaluation maintenance model of social behavior. En L. Berkowitz (Ed.), *Advances in social psychology* (Vol. 21, pp. 181-227). Nueva York: Academic Press.
- Tesser, A. (1995). Introduction. En A. Tesser (Ed.), *Advanced social psychology* (pp. 3-15). Nueva York: McGraw-Hill.
- Tesser, A. (2000). On the confluence of self-esteem maintenance mechanisms. *Personality and Social Psychology Review*, 4, 290-299.
- Tesser, A., Miller, M. y Moore, J. (1988). Some affective consequences of social comparison and reflection processes: The pain and pleasure of being close. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 49-61.

- Tessler, R. C. y Schwartz, S. H. (1972). Help-seeking, self-esteem, and achievement motivation: An attributional analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 21, 318-326.
- Teuber, H. I., Milner, B. y Vaughn, H. G. (1968). Persistent anterograde amnesia after stab wound of the basal brain. *Neuropsychologia*, 6, 267-282.
- Tezanos, J. F. (1999) (Ed.). *Tendencias en desigualdad y exclusión social*. Madrid: Sistema.
- Thompson, M. M., Zanna, M. P., y Griffin, D. W. (1995). Let's not be indifferent about (attitudinal) ambivalence. En R. E. Petty y J. A. Krosnick (Eds.), *Attitude strength: Antecedents and consequences* (pp. 361-386). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Thompson, P. (1988). *La voz del pasado*. Valencia: Alfons el Magnànim.
- Thompson, S. C. (2005). The role of personal control in adaptive functioning. En C. R. Snyder y S. J. López (Eds.), *Handbook of positive psychology* (pp. 584-597). Oxford: Oxford University Press.
- Thorndike, E. L. (1920). A constant error in psychological ratings. *Journal of Applied Psychology*, 4, 25-29.
- Thornton, B. y Moore, S. (1993). Physical attractiveness contrast effect: Implications for self-esteem and evaluations of the social self. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 19, 474-480.
- Thurstone, L. L. (1928). Attitudes can be measured. *American Journal of Sociology*, 33, 529-544.
- Thurstone, L. L. y Chave, E. J. (1929). *The measurement of attitudes*. Chicago: Chicago University Press.
- Tidwell, M. C. O., Reis, H. T. y Shaver, P. R. (1996). Attachment, attractiveness, and social interactions: A diary study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 729-745.
- Tiedens, L. Z. y Fragale, A. R. (2003). Power moves: Complementarity in dominant and submissive nonverbal behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 558-568.
- Tilly, C. (1978). *From mobilization to revolution*. Reading: Addison-Wesley.
- Tomkins, S. S. (1962). *Affect, imagery, consciousness. The positive affects* (Vol. 1). Nueva York: Springer.
- Topalli, V. y O'Neal, E. (2003). Retaliatory motivation enhances attributions of hostility when people process ambiguous social stimuli. *Aggressive Behavior*, 29, 155-172.
- Formala, Z. L., Briñol, P. y Petty, R. E. (2006). When credibility attacks: The reverse impact of source credibility on persuasion. *Journal of Experimental Social Psychology*, 42, 684-691.
- Formala, Z. L. y Petty, R. E. (2002). What doesn't kill me makes me stronger: The effects of resisting persuasion on attitude certainty. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 1298-1313.
- Formala, Z. L., Petty, R. E. y Briñol, P. (2002). Ease of retrieval effects in persuasion: The roles of elaboration and thought-confidence. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 1700-1712.
- Touraine, A. (1978). *La voix et le regard*. París: Seuil.
- Touraine, A. (1981). *Le pays contre l'Etat*. París: Seuil.
- Touraine, A. (2005). *Un nuevo paradigma. Para comprender el mundo de hoy*. Barcelona: Paidós.
- Traue, H. C., Gottwald, A., Henderson, P. R. y Bakal, D. A. (1985). Nonverbal expressiveness and EMG activity in tension headache sufferers and controls. *Journal of Psychosomatic Research*, 29, 375-81.
- Traue, H. C., Manfred, K. y Lee, V. (1997). Pathways linking emotional inhibition, psychosomatic disorders and pain. En A. Vingerhoets, F. van Bussel y J. Boelhouwer (Eds.), *The (non) expression of emotions in health and disease* (pp. 193-209). Tilburg: Tilburg University Press.
- Traue, H. C. y Michael, A. (1993). Behavioral and emotional inhibition in head pain. En H. C. Traue y J. W. Pennebaker (Eds.), *Emotion, inhibition and health* (pp. 226-246). Toronto: Hogrefe & Huber.
- Tremblay, R. E. (2002). The origins of youth violence. En C. von Hofsten y L. Baeckman (Eds.), *Social, developmental, and clinical perspectives. Psychology at the turn of the millennium* (Vol. 2, pp. 77-88). Florence: Taylor & Frances/Routledge.
- Trevor-Roper, H. (1983). The invention of tradition: The Highland tradition of Scotland. En E. Hobsbawm y T. Ranger (Eds.), *The invention of tradition* (pp. 15-42). Cambridge: Cambridge University Press.
- Triandis, H. C. (1972). *The analysis of subjective culture*. Nueva York: Wiley.

- Triandis, H. C. (1995). *Individualism and collectivism*. Boulder: Westview Press.
- Triandis, H. C. (1996). The psychological measurement of cultural syndromes. *American Psychologist*, 51, 407-415.
- Triandis, H. C. (2005). Issues in individualism and collectivism research. En R. M. Sorrentino, D. Cohen, J. M. Olson y M. P. Zanna (Eds.), *Cultural and social behavior. The Ontario Symposium* (Vol. 10, pp. 207-225). Londres: L. Erlbaum.
- Triandis, H. C. y Fishbein, M. (1963). Cognitive interaction in person perception. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67, 446-453.
- Triandis, H. C. y Lambert, W. W. (1980). *Handbook of cross-cultural psychology*. Boston: Allyn & Bacon.
- Triandis, H. C., McCusker, C. y Hui, C. H. (1990). Multimethod probes of individualism and collectivism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1006-1020.
- Trivers, R. L. (1971). The evolution of reciprocal altruism. *Quarterly Review of Biology*, 4, 35-57.
- Trivers, R. L. (1972). Parental investment and sexual selection. En B. G. Campbell (Ed.), *Sexual selection and the descent of man* (pp. 136-179). Chicago: Aldine.
- Trompenaars, F. (1994). *Riding the waves of culture. Understanding cultural diversity in business*. Londres: Brealey Publishing.
- Turner, J. C. (1982). Towards a cognitive redefinition of social group. En H. Tajfel (Ed.), *Social identity and intergroup relations* (pp. 15-40). Cambridge: Cambridge University Press.
- Turner, J. C. (1985). Social categorization and the self-concept: A social-cognitive theory of group behavior. En E. J. Lawler (Ed.), *Advances in group processes: Theory and research* (Vol. 2, pp. 47-74). Greenwich: JAI Press.
- Turner, J. C. (1991). *Social influence*. Milton Keynes: Open University Press.
- Turner, J. C. (1999). Some current issues in research on social identity and self-categorization theories. En N. Ellemers, R. Spears y B. Doosje (Eds.), *Social identity: Context, commitment, content* (pp. 6-34). Oxford: Blackwell.
- Turner, J. C. y Haslam, S. A. (2001). Social identity, organizations and leadership. En M. E. Turner (Ed.), *Groups at work: Advances in theory and research* (pp. 25-65). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D. y Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Oxford: Blackwell (Versión en castellano: *Redescubrir el grupo social*. Madrid: Morata, 1989).
- Turner, J. C., Oakes, P. J., Haslam, S. A. y McGarty, C. A. (1994). Self and collective: Cognitive and social context. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20, 454-463.
- Turner, M. E. (Ed.) (2001). *Groups at work: Advances in theory and research*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- Turner, R. H. (1964). Comportamiento colectivo. En R. Faris (Ed.), *Tratado de sociología. La vida social* (Vol. 3, pp. 381-459). Barcelona: Hispano-Europea.
- Turner, R. H. (1994). Ideología y utopía después del socialismo. En E. Laraña y J. Gusfield (Eds.), *Los nuevos movimientos sociales. De la ideología a la identidad*. Madrid: CIS.
- Turner, R. H. y Killian, L. M. (1987). *Collective behavior*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Tversky, A. y Kahneman, D. (1983). Extensional versus intuitive reasoning: The conjunction fallacy in probability judgment. *Psychological Review*, 90, 293-315.
- Twenge, J. M. (1997). Changes in masculine and feminine scores across time: A meta-analysis. *Sex Roles*, 36, 305-325.
- Twenge, J. y Crocker, J. (2002). Race, ethnicity, and self-esteem: meta-analyses comparing whites, blacks, Hispanics, Asians and native Americans, including a commentary on Gray-Little and Hafdahl. *Psychological Bulletin*, 128, 371-408.
- Tyler, T. (1990). *Why people obey the law*. New Haven: Yale University Press.
- Udry, J. R. (1981). Marital alternatives and marital disruption. *Journal of Marriage and the Family*, 43, 889-897.

- Uleman, J. S., Newman, L. y Winter, L. (1992). Can personality traits be inferred automatically? Spontaneous inferences require cognitive capacity at encoding. *Consciousness and Cognition*, 1, 77-90.
- Ulrich, R. S. (1983). Aesthetic and affective responses to the natural environment. En I. Altman y J. Wohlwill (Eds.), *Human behavior and environment. Vol. 6: Behavior and the natural environment* (pp. 51-84). Nueva York: Plenum Press.
- Univisión.Com (2004). Las maras: una amenaza social creciente. www.univision.com.
- Updegraff, J. A. y Marshall, G. N. (2005). Predictors of perceived growth following direct exposure to community violence. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24, 538-560.
- Urcuyo, K. A., Boyers, A. E., Carver, C. S. y Antoni, M. H. (2005). Finding benefits in breast cancer: Relations with personality, coping and concurrent well-being. *Psychology and Health*, 20, 175-192.
- Urreiztieta, M. T. (2006). *La subjetividad social en construcción del Movimiento Antiglobalización desde una perspectiva contextual*. Tesis Doctoral. Universidad de Barcelona.
- Vaillant, C. O. y Vaillant, G. E. (1993). Is the U-curve of marital satisfaction an illusion? A 40-year study of marriage. *Journal of Marriage and the Family*, 55, 230-239.
- Valencia, J. y Páez, D. (1999). Generación, polémica pública, clima social y recuerdo de hechos políticos. *Psicología Política*, 18, 11-30.
- Valera, S. (1997). Estudio de la relación entre el espacio simbólico urbano y los procesos de identidad social. *Revista de Psicología Social*, 12, 17-30.
- Valera, S. y Pol, E. (1994). El concepto de Identidad Social Urbana: una aproximación entre la psicología social y la psicología ambiental. *Anuario de Psicología*, 62, 5-24.
- Valera, S. y Vidal, T. (2000). Privacidad y territorialidad. En J. I. Aragonés y M. Américo (Coords.), *Psicología Ambiental* (pp. 123-147). Madrid: Pirámide.
- Van de Vijver, F. y Leung, K. (1997). *Methods and data analysis for cross-cultural research*. Thousand Oaks: Sage.
- Van de Vijver, F. y Poortinga, Y. H. (1982). Cross-cultural generalization and universality. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 20, 133-151.
- Van de Vliert, E. (1998). Gender role gaps, competitiveness and masculinity. En G. Hofstede (Ed.), *Masculinity and femininity* (pp. 117-129). Thousand Oaks: Sage.
- Van de Vliert, E., Schwartz, S. H., Huismans, S. E., Hofstede, G. y Daan, S. (1999). Temperature, cultural masculinity, and domestic political violence: A cross-national study. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 30, 291-314.
- Van Dijk, T. A. (1988). *News analysis: Case studies of international and national news in the press*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- Van Hoof, J. A. R. A. M. (1972). A comparative approach to the phylogeny of laughter and smiling. En R. A. Hinde (Ed.), *Non-verbal communication* (pp. 209-241). Cambridge: Cambridge University Press.
- Van Ijzendoorn, M. H. y Sagi, A. (1999). Cross-cultural patterns of attachment: Universal and contextual dimensions. En J. Cassidy y P. R. Shaver (Eds.), *Handbook of attachment: Theory, research, and clinical applications* (pp. 713-734). Nueva York: Guilford Press.
- Van Knippenberg, A., Dijksterhuis, A. y Vermeulen, D. (1999). Judgment and memory of a criminal act: The effects of stereotypes and cognitive load. *European Journal of Social Psychology*, 29, 191-202.
- Van Lange, P. A. M. (Ed.) (2006). *Bridging social psychology. Benefits of transdisciplinary approaches*. Mahwah: L. Erlbaum.
- Van Lange, P. A. M. y Rusbult, C. E. (1995). My relationship is better than and not as bad as yours is: The perception of superiority in close relationships. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 32-44.
- Van Zoonen, E. (1992). The women's movement and the media: Constructing a public identity. *European Journal of Communication*, 7, 453-476.
- Vanbeselaere, N. (1991). The different effects of simple and crossed categorizations: A result of the category differentiation process or of differential category salience? *European Review of Social Psychology*, 2, 247-278.

- Vandellos, J. A. y Cohen, D. (2003). Male honor and female fidelity: Implicit cultural scripts that perpetuate domestic violence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 5, 997-1010.
- Vandellos, J. A. y Cohen, D. (2004). When believing is seeing: Sustaining norms of violence in cultures of honor. En M. Schaller y C. S. Crandall (Eds.), *The psychological foundations of culture* (pp. 281-304). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Varela, J. A. (1971). *Psychosocial solutions to social problems: An introduction to social technology*. Nueva York: Academic.
- Varela, J. A. (1975). Can psychology be applied? En M. Deutsch y H. Hornstein (Eds.), *Applying social psychology: Implications for research, practice and training* (pp. 157-173). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Varela, J. A. (1978). The individual in the organization. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 10, 1, 11-16.
- Vargas, P. T., von Hippel, W., y Petty, R. E. (2004). Using partially structured attitude measures to enhance the attitude-behavior relationship. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 197-211.
- Vaughan, D. (1990). *Uncoupling: Turning points in intimate relationships*. Nueva York: Vintage (Random House).
- Veitch, R. y Arkkelin, D. (1995). *Environmental psychology. An interdisciplinary perspective*. Nueva Jersey: Prentice Hall.
- Verkuyten, M. (2005). The puzzle of high self-esteem among ethnic minorities: Comparing explicit and implicit self-esteem. *Self and Identity*, 4, 177-192.
- Vettin, J. y Todt, D. (2005). Human laughter, social play, and play vocalizations of non-human primates: An evolutionary approach. *Behaviour*, 142, 217-240.
- Vidal, T. y Pol, E. (2005). La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. *Anuario de Psicología*, 36, 281-297.
- Vinacke, W. E. (1957). Stereotypes as social concepts. *Journal of Social Psychology*, 46, 229-243.
- Virilio, P. (1997). *El ciber mundo y la filosofía de lo peor*. Madrid: Cátedra.
- Visser, P. S. y Krosnick, J. A. (1998). The development of attitude strength over the life cycle: Surge and decline. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 1388-1409.
- Von Cranach, M., Foppa, K., Lepenies, W. y Ploog, D. (Eds.) (1979). *Human ethology. Claims and limits of a new discipline*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wagner, H. L. y Smith, J. (1991). Facial expression in the presence of friends and strangers. *Journal of Nonverbal Behavior*, 15, 201-214.
- Walker, I. y Pettigrew, T. F. (1984). Relative deprivation theory: An overview and conceptual critique. *British Journal of Social Psychology*, 23, 301-310.
- Walker, L. E. (1979). *The battered woman*. Nueva York: Harper & Row.
- Walker, L. E. (1993). Legal self-defence for battered women. En M. Hansen y M. Harway (Eds.), *Battering and family therapy: A feminist perspective* (pp. 200-216). Newbury Park: Sage.
- Walker, L. E. y Shapiro, D. L. (2004). *Introduction to forensic psychology: Clinical and social psychological perspectives*. Nueva York: Kluwer Plenum.
- Wallbott, H. G. (1991). Recognition of emotion from facial expression via imitation? Some indirect evidence for an old theory. *British Journal of Social Psychology*, 30, 207-219.
- Walster, E. H., Walster, G. W. y Berscheid, E. (1978). *Equity: Theory and research*. Boston: Allyn & Bacon.
- Waples, D., Berelson, B. y Bradshaw, F. (1940). *What reading does to people. A summary of evidence on the social effects of reading and a statement of problems for research*. Chicago: University of Chicago Press.
- Ward, C., Bochner, S. y Furnham, A. (2001). *The psychology of culture shock*. East Sussex: Routledge.
- Warriner, K., Goyder, J., Gjertsen, H., Horner, P. y McSpurren, K. (1996). Charities, no; lotteries, no; cash, yes. *Public Opinion Quarterly*, 60, 542-562.
- Watson, D. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 1063-1070.

- Watson, D. y Tellegen, A. (1985). Toward a consensual structure of mood. *Psychological Bulletin*, 98, 219-235.
- Wayment, H. A. y Taylor, S. E. (1995). Self-evaluation processes: Motives, information use, and self-esteem. *Journal of Personality*, 63, 729-757.
- Weaver, D., Graber, D., McCombs, M. y Eyal, C. (1981). *Media agenda-setting in a presidential election: Issues, images and interests*. Nueva York: Praeger.
- Weber, A. L. (1992). *Social psychology*. Nueva York: Harper Perennial.
- Weber, M. (1994). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Barcelona: Península (Original publicado en 1901).
- Wegener, D. T. y Petty, R. E. (1997). The flexible correction model: The role of naïve theories of bias in bias correction. En M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 29, pp. 141-208). Nueva York: Academic Press.
- Wegener, D. T., Petty, R. E. y Smith, S. M. (1995). Positive mood can increase or decrease message scrutiny: The hedonic contingency view of mood and message processing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 5-15.
- Wegner, D. M. y Bargh, J. A. (1998). Attitude change: multiple roles for persuasion variables. En D. T. Gilbert, S. T. Fiske y G. Lindzey (Eds.), *Handbook of social psychology* (4ª ed., Vol. 1, pp. 446-496). Nueva York: McGraw-Hill.
- Wegner, D. M. y Erber, R. (1992). The hyperaccessibility of suppressed thoughts. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 903-912.
- Weiner, B. (1985). An attributional theory of achievement motivation and emotion. *Psychological Review*, 92, 548-573.
- Weiner, B. (1986). *An attributional theory of motivation and emotion*. Nueva York: Springer-Verlag.
- Weiner, B. (1990). Attribution in personality psychology. En L. Pervin (Ed.), *Handbook of personality* (pp. 465-485). Nueva York: Guilford Press.
- Weiner, B. (1995). Aggression. En B. Weiner (Ed.), *Judgements of responsibility. A foundation for a theory of social conduct* (pp. 186-215). Nueva York: Guilford Press.
- Weingart, P., Mitchell, S. D., Richerson, P. J. y Maasen, S. (Eds.) (1997). *Human by nature. Between biology and the social sciences*. Mahwah: L. Erlbaum.
- Weinstein, N. D. (1989). Optimistic biases about personal risks. *Science*, 246, 1232-1233.
- Weis, R. (1973). *Loneliness: The experience of emotional and social isolation*. Cambridge: MIT Press.
- Weiss, T. (2004). Correlates of posttraumatic growth in married breast cancer survivors. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23, 733-746.
- Wells, G. L. y Petty, R. E. (1980). The effects of overt head movements on persuasion: Compatibility and incompatibility of responses. *Basic and Applied Social Psychology*, 1, 219-230.
- Wertsch, J. V. (1991). *Voices of the mind*. Cambridge: Harvard University Press.
- Wertsch, J. V. (2002). *Voices of collective remembering*. Cambridge: Cambridge University Press.
- West, R. y Turner, L. H. (2005). *Teoría de la comunicación. Análisis y aplicación*. Madrid: McGraw-Hill.
- Westin, A. (1967). *Privacy and freedom*. Nueva York: Atheneum.
- Weyant, J. M. (1984). Applying social psychology to induce charitable donations. *Journal of Applied Social Psychology*, 14, 441-447.
- Weyant, J. M. (1986). *Applied social psychology*. Nueva York: Oxford University Press.
- Whalen, C. K. y Klier, W. (1994). Social influences on the development of cardiovascular risk during childhood and adolescence. En S. A. Shumaker y S. M. Czajowski (Eds.), *Social support and cardiovascular disease* (pp. 223-257). Nueva York: Plenum Press.
- Wheeler, L. y Kim, Y. (1997). What is beautiful is culturally good: The physical attractiveness stereotype has different content in collectivistic cultures. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23, 795-802.

- White, G. L. (1981). Some correlates of romantic jealousy. *Journal of Personality*, 49, 129-146.
- White, G. L., Fishbein, S. y Rutstein, J. (1981). Passionate love and the misattribution of arousal. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41, 56-62.
- White, L. y Booth, A. (1991). Divorce over the life course: The role of marital happiness. *Journal of Family Issues*, 12, 5-21.
- Whiten, A. y Byrne, R. W. (Eds.) (1997). *Machiavellian intelligence II. Extensions and evaluations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Whiting, J. W. M. y Child, T. L. (1953). *Child training and personality: A cross-cultural study*. New Haven: Yale University Press.
- Whitley, B. E. y Frieze, I. H. (1985). Children's causal attributions for success and failure in achievement settings: A meta-analysis. *Journal of Educational Psychology*, 5, 608-616.
- Wholey, J. S. (1983). *Evaluation and effective public management*. Boston: Little Brown.
- Wicker, A. W. (1987). Behavior settings reconsidered. En D. Stokols y I. Altman (Eds.), *Handbook of environmental psychology* (Vol. 1, pp. 613-654). Nueva York: Wiley.
- Wicklund, R. A. y Brehm, J. W. (1976). *Perspectives on cognitive dissonance*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- Wilbur, C. J., Shapiro, J. R. y Neuberg, S. L. (2005). *From specific threats to specific prejudices: Causal evidence*. University of Western Ontario. Manuscrito en preparación.
- Williams, D. R., Neighbors, H. W. y Jackson, J. S. (2003). Racial/ethnic discrimination and health: Findings from community studies. *American Journal of Public Health*, 93, 200-208.
- Williams, J. E. y Best, D. L. (1990). *Measuring sex stereotypes: A multination study*. Newbury Park: Sage.
- Wills, T. A. (1991). Social support and interpersonal relationships. En M. S. Clark (Ed.), *Review of Personality and Social Psychology*. Vol. 12: *Prosocial behavior* (pp. 265-289). Newbury Park: Sage.
- Wilson, E. O. (1975). *Sociobiology: The new synthesis*. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press (Versión en castellano: *Sociobiología: la nueva síntesis*. Barcelona: Omega).
- Wilson, E. O. (1998). *Consilience: The unity of knowledge*. Nueva York: Knopf (Versión en castellano: *Consilience. La unidad del conocimiento*. Barcelona: Galaxia Gutenberg).
- Wilson, M. y Daly, M. (1992). The man who mistook his wife for a chattel. En J. Barkow, L. Cosmides y J. Tooby (Eds.), *The adapted mind: Evolutionary psychology and the generation of culture* (pp. 289-322). Oxford: Oxford University Press.
- Wilson, R. (1995). *Maya resurgence in Guatemala*. Norman: University of Oklahoma Press.
- Wilson, T. D., Lindsey, S. y Schooler, T. Y. (2000). A model of dual attitudes. *Psychological Review*, 107, 101-126.
- Winter, J. (2006). *Remembering war*. New Haven: Yale University Press.
- Winter, L. y Uleman, J. S. (1984). When are social judgments made? Evidence for the spontaneity of trait inferences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, 237-252.
- Witkin, H. A., Lewis, H. B., Hertzman, M., Mackover, K., Meisser, P. B. y Wapner, S. (1954). *Personality through perception*. Nueva York: Harper and Brothers.
- Wohlwill, J. F. (1974). Human response to levels of environmental stimulation. *Human Ecology*, 2, 127-147.
- Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.
- Wolf, M. (1996). *La investigación de la comunicación de masas*. México: Paidós.
- Wood, W. (1982). Retrieval of attitude-relevant information from memory: Effects on susceptibility to persuasion and on intrinsic motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, 798-910.
- Wood, W. e Eagly, A. H. (2002). A cross-cultural analysis of the behavior of women and men: Implications for the origins of sex differences. *Psychological Bulletin*, 128, 699-727.
- Wood, W., Kallgren, C. y Priesler, R. (1985). Access to attitude relevant information in memory as a determinant of persuasion. *Journal of Experimental Social Psychology*, 21, 73-85.

- Wood, W., Rhodes, N. y Biek, M. (1995). Working knowledge and attitude strength. An information processing analysis. En R. E. Petty y J. A. Krosnick (Eds.), *Attitude strength. Antecedents and consequences* (pp. 283-313). Mahwah: L. Erlbaum.
- Wood, W., Rhodes, N. y Whelan, M. (1989). Sex differences in positive well-being: A consideration of emotional style and marital status. *Psychological Bulletin*, 106, 249-264.
- Worchel, S. (1986). The role of cooperation in reducing intergroup conflict. En S. Worchel y W. G. Austin (Eds.), *The psychology of intergroup relations* (pp. 153-176). Chicago: Nelson-Hall.
- Worchel, S. (1992). Beyond a commodity theory analysis of censorship when abundance and personalism enhance scarcity effects. *Basic and Applied Social Psychology*, 13, 79-93.
- Worchel, S. y Arnold, S. E. (1973). The effects of censorship and attractiveness of the censor on attitude change. *Journal of Experimental Social Psychology*, 9, 365-377.
- Worchel, S., Arnold, S. E. y Baker, M. (1975). The effects of censorship on attitude change. The influence of censor and communication characteristics. *Journal of Applied Social Psychology*, 5, 222-239.
- Worchel, S., Cooper, J. y Goethals, G. (1991). *Understanding social psychology*. California: Brookscole Publishing Company.
- Worchel, S., Coutant-Sassic, D. y Grossman, M. (1991). A model of group development and independence. En S. Worchel, W. Wood y J. Simpson (Eds.), *Group processes and productivity*. Newbury Park: Sage.
- Worchel, S., Lee, J. y Adewole, A. (1975). Effects of supply and demand on ratings of objects values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, 906-914.
- Worchel, S. y Teddlie, C. (1976). The experience of crowding: A two-factor theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 36-40.
- Wright, P. (1981). Cognitive response to mass media advocacy. En R. E. Petty, T. M. Ostrom y T. C. Brock, (Eds.), *Cognitive responses in persuasion* (pp. 263-282). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Wright, S. C., Aron, A., McLaughlin-Volpe, T. y Ropp, S. A. (1997). The extended contact effect: Knowledge of cross-group friendships and prejudice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 1, 73-90.
- Wuensch, K. L., Castellow, W. A. y Moore, C. H. (1991). Effects of demandant attractiveness and type of crime on juridic judgment. *Journal of Behavior and Personality*, 6, 713-724.
- Wylie, L. y Forest, J. (1992). Religious fundamentalism, right-wing authoritarianism and prejudice. *Psychological Reports*, 71, 1291-1298.
- Wynne-Edwards, V. C. (1962). *Animal dispersion in relation to social behavior*. Edimburgo: Oliver & Boyd.
- Xiaohe, X. y Whyte, M. K. (1990). Love matches and arranged marriages: A Chinese replication. *Journal of Marriage and the Family*, 52, 709-722.
- Yela, C. (2000). *El amor desde la psicología social*. Madrid: Pirámide.
- Yubero, S. y Navarro, R. (2006). "It's expected that girls are calmer (...)". Students and teachers' views of gender-related aspects of aggression. *School Psychology International* 27, 4, 488-512.
- Zahn-Waxler, C., Robinson, J. L. y Emde, R. N. (1992). The development of empathy in twins. *Developmental Psychology*, 28, 1038-1047.
- Zajonc, R. B. (1965). The concepts of balance, congruity, and dissonance. En D. Steiner y M. Fishbein (Eds.), *Current studies in social psychology*. Nueva York: Holt, Rinehart & Winston.
- Zajonc, R. B. (1968). Cognitive processes. En G. Lindzey y E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology* (2ª ed., Vol. 1, pp. 320-411). Reading: Addison Wesley.
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology, Monograph Supplement*, 9 (2), 1-27.
- Zajonc, R. B. (1980). Feeling and thinking. Preferences need no inferences. *American Psychologist*, 35, 151-175.

- Zajonc, R. B. (1984). On the primacy of affect. En K. R. Scherer y P. Ekman (Eds.), *Approaches to emotion* (pp. 259-270). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Zajonc, R. B., Adelman, K. A., Murphy, S. T. y Neidenthal, P. M. (1987). Convergence in the physical appearance of spouses. *Motivation and Emotion*, 11, 335-346.
- Zald, M. N. y McCarthy, J. D. (1979). *The dynamics of social movements, resource mobilization, social control and tactics*. Cambridge: Winthrop.
- Zald, M. N. y Useem, B. (1987). Movement and countermovement interaction: Mobilization, tactics, and state involvement. En M. N. Zald y J. D. McCarthy (Eds.), *Social movements in an organizational society*. New Brunswick: Transaction Books.
- Zanna, M. P. y Cooper, J. (1974). Dissonance and the pill. An attribution approach to studying the arousal properties of dissonance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 29, 703-709.
- Zanna, M. P. y Rempel, J. K. (1988). Attitudes: A new look at an old concept. En D. Bar-Tal y A. W. Kruglanski (Eds.), *The social psychology of knowledge* (pp. 315-334). Cambridge: Cambridge University Press.
- Zanna, M. P. y Sande, G. N. (1987). The effects of collective action on the attitudes of individual group members: A dissonance analysis. En M. P. Zanna, J. M. Olson y C. P. Herman (Eds.), *The Ontario Symposium. Vol. 5: Social Influence* (pp. 151-163). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Zebrowitz, L. A. (1996). Physical appearance as a basis of stereotyping. En C. N. Macrae, C. Stangor y M. Hewstone (Eds.), *Stereotypes and stereotyping* (pp. 79-120). Londres: Guilford Press.
- Zebrowitz, L. A. y Montepare, J. M. (2005). Appearance DOES Matter. *Science*, 308, 1565-1566.
- Zhang, L. (2005). Prediction of Chinese life satisfaction: Contribution of collective self-esteem. *International Journal of Psychology*, 40, 3, 189-200.
- Zillmann, D. (1988). Cognition-excitation interdependencies in aggressive behavior. *Aggressive Behavior*, 14, 51-64.
- Zillmann, D. (1994). Cognition-excitation interdependencies in the escalation of anger and angry aggression. En M. Potegal y J. F. Knutson (Eds.), *The dynamics of aggression*. Hillsdale: L. Erlbaum.
- Zillmann, D. y Bryant, J. (1994). Entertainment as media effect. En J. Bryant y D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 437-461). Hillsdale: L. Erlbaum.
- Zillmann, D., Indiana, U., Katcher, A. H. y Milavsky, B. (1972). Excitation transfer from physical exercise to subsequent aggressive behavior. *Journal of Experimental Social Psychology*, 8, 247-259.
- Zimbardo, P. G. (1969). The human choice: Individuation, reason, and order versus deindividuation, impulse, and chaos. En W. J. Arnold y D. Levine (Eds.), *Nebraska Symposium on Motivation* (Vol. 17, pp. 237-307). Lincoln: University of Nebraska Press.
- Zimbardo, P. G., Haney, C., Banks, W. C. y Jaffe, D., (1986). La psicología del encarcelamiento: privación, poder y patología. *Revista de Psicología Social*, 1, 95-105.
- Zimbardo, P. G. y Maslach, C. (1977). Depersonalization. *International encyclopedia of psychiatry, psychology, psychoanalysis and neurology*. Nueva York: Aesculapius Publ.
- Zuckerman, M., DePaulo, B. M. y Rosenthal, R. (1981). Verbal and nonverbal communication of deception. En L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 14, pp. 1-59). Nueva York: Academic Press.
- Zulaika, J. (1996). *Del Cromañón al Carnaval*. San Sebastián: Erein.
- Zurcher, L. y Snow, D. (1981). Collective behavior: Social movements. En M. Rosenberg y R. Turner (Eds.), *Social psychology: Sociological perspectives* (pp. 447-482). Nueva York: Basic Books.

Psicología social

Tercera edición

Coordinadores

J. Francisco Morales • Miguel Moya • Elena Gaviria • Isabel Cuadrado

Transcurridos ya trece años desde la primera edición de esta obra, esta tercera edición viene motivada por la necesidad de poner al día los conocimientos de la Psicología social, mostrar la relevancia de la disciplina, su vitalidad, su expansión a nuevos campos y su apertura a nuevos horizontes teóricos y de problemas. El campo de la Psicología social se ha ido expandiendo a gran velocidad, de manera que en los últimos años se han realizado importantes investigaciones y aportaciones en todas sus áreas. El presente volumen aporta una visión totalmente actualizada de estos últimos desarrollos, incluyendo los realizados en nuestro país.

Esta edición se ha enriquecido con la experiencia adquirida en la utilización de las anteriores versiones de este manual por parte de una gran cantidad de profesores y estudiantes.

La obra está estructurada en cinco grandes bloques. En el primero, de carácter introductorio, se define a la propia Psicología social y se introducen las principales bases, según esta disciplina, de los aspectos mentales de la vida social: biológicas, culturales y ambientales. El segundo está dedicado a los procesos básicos cognitivos y emocionales: cognición y categorización social, estereotipos, atribución y emociones. El tercer bloque aborda las relaciones interpersonales en sí mismas (funciones, inicio), prestando atención a las relaciones íntimas, así como a la cara (ayuda y altruismo) y cruz (agresión) de nuestras relaciones con los demás. Las actitudes y su cambio, elementos que tuvieron mucho que ver con el origen de la disciplina y que han mantenido su vitalidad hasta nuestros días, constituyen el interés del cuarto bloque. La obra se cierra con varios capítulos dedicados a procesos colectivos y a algunas aplicaciones de la Psicología social. Con el fin de facilitar el trabajo académico del estudiante, cada capítulo presenta los objetivos que se buscan, un resumen, un glosario con los principales conceptos trabajados y algunas lecturas recomendadas, que permiten ampliar o contrastar el contenido del capítulo.



Online
LearningCenter

Este libro dispone de OLC, Online Learning Center, página web asociada, lista para su uso inmediato y creada expresamente para facilitar la labor docente del profesor y el aprendizaje de los alumnos. Se incluyen contenidos adicionales al libro y recursos para la docencia.

www.mhe.es/morales3